
mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY



Ceník inzerce POWER KOMBI platný od 1. 3. 2012

POWER K**OMBI**

mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

DNES

Mediální skupina MAFRA sdružuje pod svou střechou produkty ze všech oblastí mediálního trhu.

LIDOVÉ NOVINY

Vlajkovou lodí je nejčtenější seriózní deník **MF DNES** s téměř 800 tisíci čtenáři. Cílem listu je podávat pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijí. Součástí tohoto obrazu musí být aktuální a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace či oddechové čtení ve specializovaných přílohách. Toto jsou pilíře, na kterých stojí MF DNES v novém tisíciletí, a díky nimž je právě těmi správnými novinami pro moderního čtenáře.

metro

Druhým deníkem ve skupině jsou **Lidové noviny**, vycházející již od roku 1893. Jsou listem, který své čtenáře nejenom pravdivě informuje, ale také stimuluje jejich kritické myšlení o světě a společnosti. Proto pro svých více 200 tisíc čtenářů představují něco víc než jen spolehlivý a kvalitní zpravodajský zdroj.

Celostátně zdarma distribuovaný deník **Metro** posiluje zásah inzertní kombinace MF DNES a Lidových novin TOP KOMBI. Tím vzniká POWER KOMBI – ta správná inzertní kombinace pro silný a rychlý zásah 1,3 mil. čtenářů. Kombinace zachovává výhody atraktivního složení čtenářské obce z hlediska ekonomického postavení, čtenáři Metra rozšiřují v POWER KOMBI podíl mladších věkových skupin (do 30 let).

Naše deníky vycházejí v co nejvyšší možné kvalitě díky divizím **MAFRAPRINT** v Praze a v Olomouci. V těchto nejmodernějších tiskárnách v České republice se tisknou nejen deníky mediální skupiny MAFRA, ale i další novinové tituly včetně významných reklamních zakázek.

(Údaje o sledovanosti našich médií jsou z dat výzkumů Media Projekt - tisk, rádio, TV, GfK Praha - Median, 2. pololetí 2011.)



DNES

MF DNES jsou největší seriózní noviny v ČR a jako takové přinášejí svým čtenářům a inzerentům také nejširší nabídku rubrik a příloh. Cílem listu je podávat svým čtenářům pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijí. Součástí tohoto obrazu musí být rychlé a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace a oddechové čtení ve specializovaných přílohách.

Každý den...

zpravodajství z domova a ze zahraničí, komentáře a názory, ekonomika, společnost, sport, kultura, TV, počasí, aktuální informace z vašeho kraje

... a něco navíc

Pondělí – Magazín ONA DNES, Sport

Úterý – Zaměstnání, Peníze, Test

Středa – Magazín DOMA DNES

Čtvrtek – Magazín DNES+TV, Zaměstnání, Auto

Pátek – Zdraví

Sobota – Magazín Víkend DNES, Kavárna, Scéna



LIDOVÉ NOVINY

Lidové noviny jsou deníkem vzdělaných Čechů. Tento nejstarší český deník založený v roce 1893 se dnes profiluje jako celostátní zpravodajský list se speciálním zájmem o politiku, ekonomiku, kulturu, vědu a vzdělání. Lidové noviny jsou vyhledávané pro jejich erudované komentáře, názory předních osobností z domova i ze světa a také pro jejich kvalitní přílohy.

Každý den...

je první sešit novin věnován domácím a zahraničním událostem, kultuře a komentářům, ve druhém sešitě pak ekonomické zpravodajství z domova i ze světa, rubrika sport

... a něco navíc

Pondělí – Právo & Justice

Úterý – Akademie

Středa – Medicína & Věda

Čtvrtek – Servisní LN

Pátek – Manažeři v pohybu, Magazín Pátek LN

Sobota – Orientace, Relax



České vydání deníku Metro je distribuováno zdarma v Praze a dalších 55 městech v průměrném denním nákladu 350.000 výtisků, čímž zaujímá pozici českého deníku s nejvyšším distribuovaným nákladem. Deník se zaměřuje na mladé a aktivní čtenáře, čemuž odpovídá i osobitý layout a obsah novin.

Každý den...

obsahuje vysokou kvalitu redakčního obsahu díky zázemí nejsilnějšího zpravodajského vydavatelského domu v České republice,

... a něco navíc

Pondělí – Cesty, Jídlo

Úterý – Zdraví, English page

Středa – Metro job, Děti, Motor

Čtvrtek – Auto, Móda, Domov

Pátek – Metro Job, Víkend, Technologie



mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

ÚDAJE O SPOLEČNOSTI >**MAFRA, a.s.**Anděl Media Centrum,
Karla Engliš 519/11, 150 00 Praha 5e-mail: inzerce@mafra.cz**www stránky:**<http://www.mafra.cz/sluzby>
<http://www.mafra.cz>
<http://www.idnes.cz>
<http://www.lidovky.cz>

IČO: 45313351

DIČ: CZ45313351

Zápis v OR: MS v Praze, B/1328

bankovní spojení: KB Praha 5

č. účtu: 121 89 42 011/0100

SWIFT CODE: KOMBCZPPXXX

IBAN: CZ9301000000001218942011

Platební podmínkaSplatnost faktur je 14 kalendářních dnů ode dne vystavení daňového dokladu (pokud není dohodnuto jinak).
Datem úhrady se rozumí datum připsání platby na účet dodavatele.

Variabilní symbol platby tvoří číslo faktury, případně vrubopisu.

Cenová podmínkaU hotovostních faktur poskytujeme 2% slevu.
Při úhradě do 10 kalendářních dnů ode dne vystavení poskytujeme 2% slevu, nejsou-li starší faktury po splatnosti. Datem úhrady se rozumí datum připsání na účet dodavatele.**DPH**Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.
Výsledná cena objednávky obsahuje DPH ve výši stanovené zákonem.**Obchodní podmínky**

Platí Všeobecné obchodní podmínky společnosti MAFRA, a.s. (viz strana 18).

INZERCE V TISKU**Servis centrum MAFRA**(centrální prodej inzerce a služby zákazníkům)
Tel.: 22506 3111, 22506 3441, 3442, 3446
Fax: 22506 3468
E-mail: scentrum@mafra.cz**Mediální manažeri**(mediální agentury a klíčoví zákazníci)
Tel.: 22506 3404; Fax: 22506 3479
E-mail: asistentka.agentury@mafra.cz**Agenturní příjem inzerce**Tel.: 22506 3440, 3450, 3406, 3408
Fax: 22506 3405
E-mail: inzerce.agentury@mafra.cz**Inzerce personálních agentur**Tel.: 22506 3419
Fax: 22506 3418
E-mail: personalni.agentury@mafra.cz**Inzerce zahraničních klientů**Tel.: 22506 3409; Fax: 22506 3479
E-mail: advertising@mafra.cz**Vkládaná inzerce**Tel.: 22506 3431
Fax: 22506 3479
E-mail: vladka.svobodova@mafra.cz**Inzerce v Lidových novinách**Tel.: 22506 3438, 3439, 3496, 3467, 3428
Fax: 22506 3416
E-mail: inzerce@lidovky.cz**OBCHODNÍ ÚČTÁRNA**

Tel.: 22506 3499

DENÍK METRO - PŘÍMÁ INZERCETel.: 22506 5151 (pobočka Praha)
Tel.: 538 702 220 (pobočka Brno)
E-mail: sales@metro.cz**PŘÍJEM INZERCE
PRO PRAHU, ČECHY A MORAVU****Praha-město**Karla Engliš 519/11, 150 00 Praha 5
Tel.: 22506 3412; Fax: 22506 3462-4
E-mail: inzerce.poradce@mafra.cz**Středočeský kraj**Karla Engliš 519/11, 150 00 Praha 5
Tel.: 22506 3420; Fax: 22506 3415
E-mail: inzercestc@mafra.cz**Ústecký kraj**Dlouhá 3458/2A, 400 01 Ústí nad Labem
Tel.: 478 636 311; Fax: 478 636 666
E-mail: inzerceul@mafra.cz**Liberecký kraj**Soukenné nám. 2A/669, 460 01 Liberec
Tel.: 488 123 311; Fax: 488 123 666
E-mail: inzercecl@mafra.cz**Královéhradecký kraj**Karla IV. 18/468, 500 02 Hradec Králové
Tel.: 498 515 311; Fax: 498 515 666
E-mail: inzercehk@mafra.cz**Pardubický kraj**nám. Republiky 56, 530 02 Pardubice
Tel.: 467 303 311; Fax: 467 303 666
E-mail: inzercepa@mafra.cz**Jihočeský kraj**Piaristická 1, 370 01 České Budějovice
Tel.: 388 909 311; Fax: 388 909 666
E-mail: inzercecb@mafra.cz**Plzeňský kraj**Americká 1, 304 91 Plzeň
Tel.: 374 333 311; Fax: 374 333 666
E-mail: inzercepl@mafra.cz**Karlovarský kraj**Dr. Davida Bechera 151/24, 360 01 Karlovy Vary
Tel.: 359 404 311; Fax: 359 404 666
E-mail: inzercekv@mafra.cz**Moravskoslezský kraj**Puchmajerova 1/208, 702 00 Ostrava
Tel.: 558 959 316, 317; Fax: 558 959 333
E-mail: inzerceos@mafra.cz**Olomoucký kraj**8. května 16, 771 11 Olomouc
Tel.: 583 808 311; Fax: 583 808 333, 666
E-mail: inzerceol@mafra.cz**Jihomoravský kraj**Česká 19/21, 602 00 Brno
Tel.: 516 202 311, 313, 314, 326; Fax: 516 202 333
E-mail: inzercebr@mafra.cz**Zlínský kraj**náměstí Míru 174, 760 01 Zlín
Tel.: 576 202 311; Fax: 576 202 333
E-mail: inzercezl@mafra.cz**Kraj Vysočina**Masarykovo nám. 65, 586 01 Jihlava
Tel.: 564 606 311; Fax: 564 606 333
E-mail: inzerceji@mafra.czKontakty na konkrétní mediální manažery, garanty příloh a obchodníky naleznete na našich webových stránkách <http://www.mafra.cz/kontakty-obchod/>.

mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

Deníky MF DNES a LIDOVÉ NOVINY

FORMÁTY, ZRCADLO, ŠÍŘKA SLOUPCŮ

Rozměr zrcadla: 285 mm šířka, 435 mm výška

1 strana: 2 610 mm

Počet sloupců: 6

Šířka sloupce: 45 mm

Mezera mezi sloupci: 3 mm

Při počtu sloupců / Šířka v mm:

1/45 2/93 3/141 4/189 5/237 6/285

Minimální výška plošných inzerátů v inzertní části: 15 mm

TISK

Technika tisku: ofsetový novinový tisk

Barva: barevně na všech stranách

Papír: 45 g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm, (100 lpi)

Deníky MFD a LN: vycházejí denně kromě nedělí a svátků

Deník METRO - tabloidní formát

FORMÁTY, ZRCADLO, ŠÍŘKA SLOUPCŮ

Rozměr zrcadla: 204 mm šířka, 286 mm výška

1 strana: 1 430 mm

Počet sloupců: 5

Šířka sloupce: 38 mm

Mezera mezi sloupci: 3 mm

Při počtu sloupců / Šířka v mm:

1/38 2/80 3/121 4/163 5/204

Minimální výška plošných inzerátů v inzertní části: 15 mm

TISK

Technika tisku: ofsetový novinový tisk

Barva: barevně na všech stranách

Papír: 45 g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm, (100 lpi)

Deníky Metro: vychází od pondělí do pátku

Podklady k inzerci pro kombinaci POWER KOMBI:

Při využití inzertní kombinace POWER KOMBI je nutné dodat v případě zákazníkem dodávané inzerce do vydavatelství MAFRA, a.s., kromě podkladů pro MF DNES také samostatný podklad inzerce s rozměry deníku METRO (šířka sloupců v mm: 38 - 80 - 121 - 163 - 204). Ostatní technické podmínky jsou shodné s technickými podmínkami pro deník MF DNES.

TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO DODÁNÍ PODKLADŮ DO DENÍKŮ MFD, LN A METRO

Podklady k výrobě v MAFRA, a.s.:

Polotónové, kvalitní černobílé nebo barevné fotografie, loga na křivky.

Podklady v elektronické podobě:

Soubory PDF případně EPS nebo PostScript, kompozitní, pozitivní, které mají zapracované obrázky a fonty.

(Postup tvorby viz <http://www.mafra.cz/sluzby>)

Obrázové polotónové předlohy s min. rozlišením 250 dpi při velikosti 1:1.

Přenos dat - e-mail, FTP (např. <http://iFiles.cz>) případně na CD.

Pro kontrolu výtisk z tiskárny jako náhled (pro 2C, 4C – barevný náhled).

Nárůst hodnoty odstínu ve středních hodnotách:

černá, azurová, purpurová, žlutá: 25 % ± 2 %

Inzeráty s 1 doplňkovou barvou (2C)

Doplňková barva má být v kompozitním souboru PDF, PS nebo EPS separovaná do barevného prostoru CMYK.

Barevné možnosti přímých barev pro 2C inzerci:

azurová (CMYK - 100/0/0/0),

purpurová (CMYK - 0/100/0/0),

žlutá (CMYK - 0/0/100/0),

červená titulková (CMYK - 0/100/100/0),

modrá (CMYK - 100/40/0/0),

zelená (CMYK - 90/0/90/0).

Viz vzorník přímých barev MAFRA, a.s.

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 <http://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 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.

Podrobné technické podmínky naleznete v Technických podmínkách na internetu - <http://www.mafra.cz/sluzby>. Zde naleznete též podrobné informace o doporučeném ICC profilu pro převod bitmapových obrazů z RGB do CMYK.

DNES
LIDOVÉ NOVINY
metro
POWER KOMBI - Celostátní vydání MF DNES, LIDOVÉ NOVINY a METRO, černobílá inzerce

Formát	MFD + LN		METRO		cena v Kč		
	sloupce	š x v (v mm)	sloupce	š x v (v mm)	po, út, st	čt	pá
1/1 strana	6	285 x 435	5	204 x 286	797 958	920 628	818 838
Velký roh (Junior page)	5	237 x 345	4	163 x 232	529 406	610 481	543 206
1/2 strany – na výšku	3	141 x 435	2,5	100 x 286	399 955	461 290	410 395
1/2 strany – na šířku	6	285 x 217	5	204 x 142	399 262	460 456	409 678
1/3 strany – na výšku	2	93 x 435	2	80 x 286	266 897	307 787	273 857
1/3 strany – na šířku	6	285 x 145	5	204 x 95	266 897	307 787	273 857
1/4 strany – na výšku (stř. roh)	3	141 x 217	2,5	100 x 142	200 119	230 716	205 327
1/4 strany – na šířku (podval)	6	285 x 109	5	204 x 71	200 812	231 550	206 044
1/8 strany – na šířku	3	141 x 109	3	121 x 60	100 699	116 068	103 315
Ucho na titulu	-	MFD-58 x 48 LN - 45 x 39	-	38 x 40	90 295	102 315	95 605
Ceny v Kč za 1 mm/1 sl.*					372,00	419,00	380,00

POWER KOMBI - Oblast Praha, černobílá inzerce**

Formát	MFD + LN		METRO		cena v Kč		
	sloupce	š x v (v mm)	sloupce	š x v (v mm)	po, út, st	čt	pá
1/1 strana	6	285 x 435	5	204 x 286	366 188	405 338	379 238
Velký roh (Junior page)	5	237 x 345	4	163 x 232	242 429	268 304	251 054
1/2 strany – na výšku	3	141 x 435	2,5	100 x 286	183 737	203 312	190 262
1/2 strany – na šířku	6	285 x 217	5	204 x 142	183 464	202 994	189 974
1/3 strany – na výšku	2	93 x 435	2	80 x 286	122 663	135 713	127 013
1/3 strany – na šířku	6	285 x 145	5	204 x 95	122 663	135 713	127 013
1/4 strany – na výšku (stř. roh)	3	141 x 217	2,5	100 x 142	92 054	101 819	95 309
1/4 strany – na šířku (podval)	6	285 x 109	5	204 x 71	92 327	102 137	95 597
1/8 strany – na šířku	3	141 x 109	3	121 x 60	46 356	51 261	47 991
Ceny v Kč za 1 mm/1 sl.*					184,00	199,00	189,00

DNES

LIDOVÉ NOVINY

metro

POWER KOMBI - Oblast Čechy*, černobílá inzerce**

Formát	MFD + LN		METRO		cena v Kč		
	sloupce	š x v (v mm)	sloupce	š x v (v mm)	po, út, st	čt	pá
1/1 strana	6	285 x 435	5	204 x 286	490 444	532 204	511 324
Velký roh (Junior page)	5	237 x 345	4	163 x 232	323 720	351 320	337 520
1/2 strany – na výšku	3	141 x 435	2,5	100 x 286	246 095	266 975	256 535
1/2 strany – na šířku	6	285 x 217	5	204 x 142	245 732	266 564	256 148
1/3 strany – na výšku	2	93 x 435	2	80 x 286	164 297	178 217	171 257
1/3 strany – na šířku	6	285 x 145	5	204 x 95	164 297	178 217	171 257
1/4 strany – na výšku (stř. roh)	3	141 x 217	2,5	100 x 142	123 302	133 718	128 510
1/4 strany – na šířku (podval)	6	285 x 109	5	204 x 71	123 665	134 129	128 897
1/8 strany – na šířku	3	141 x 109	3	121 x 60	62 095	67 327	64 711
Ceny v Kč za 1 mm/1 sl.*					247,00	263,00	255,00

 VYSVĚTLIVKY >

POWER KOMBI = inzertní kombinace celostátního vydání deníků MF DNES, Lidové noviny a Metro.

Inzeráty musí mít stejný formát, barevnost a musí být uveřejněny ve stejný den.

Ceny předdefinovaných formátů mají přednost před mm propočtem ceny.

* Uvedená mm cena platí pro výpočet inzerce do výšky 286 mm (tj. do výšky strany deníku METRO).

** V Lidových novinách vydání Oblast Praha zahrnuje Prahu-město, Prahu-východ, Prahu-západ a předplatitele z celých středních Čech.

*** Vydání Oblast Čechy zahrnuje celý kraj Pardubický, Královéhradecký, Liberecký, Ústecký, Karlovarský, Plzeňský a Jihočeský kraj. V Lidových novinách vydání Oblast Čechy dále zahrnuje okresy Havlíčkův Brod a Pelhřimov, celé Střední Čechy ve volném prodeji, kromě Prahy-východ, západ a Prahy-město. (Předplatitelé ve středních Čechách dostávají vydání Oblast Praha).

V deníku METRO vychází také v Praze.

 DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Uzávěrka pro objednávky inzerce: 3 až 5 prac. dnů před uveřejněním dle umístění

Uzávěrka pro podklady: 3 pracovní dny před uveřejněním

Storno poplatky: Od 3 pracovních dnů před uveřejněním 100 %

Příplatek za barevnou inzerci: 1 doplňková barva (2C) 20 %, plnobarevný inzerát (3C nebo 4C) 30 %

Ostatní slevy a příplatky viz strana 10 - 11. Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.

DNES
LIDOVÉ NOVINY
metro
POWER KOMBI - Oblast Severní Morava, černobílá inzerce**

Formát	MFD + LN		METRO		cena v Kč		
	sloupce	š x v (v mm)	sloupce	š x v (v mm)	po, út, st	čt	pá
1/1 strana	6	285 x 435	5	204 x 286	192 116	210 386	199 946
Velký roh (Junior page)	5	237 x 345	4	163 x 232	127 195	139 270	132 370
1/2 strany – na výšku	3	141 x 435	2,5	100 x 286	96 288	105 423	100 203
1/2 strany – na šířku	6	285 x 217	5	204 x 142	96 120	105 234	100 026
1/3 strany – na výšku	2	93 x 435	2	80 x 286	64 253	70 343	66 863
1/3 strany – na šířku	6	285 x 145	5	204 x 95	64 253	70 343	66 863
1/4 strany – na výšku (stř. roh)	3	141 x 217	2,5	100 x 142	48 175	52 732	50 128
1/4 strany – na šířku (podval)	6	285 x 109	5	204 x 71	48 343	52 921	50 305
1/8 strany – na šířku	3	141 x 109	3	121 x 60	24 240	26 529	25 221
Ceny v Kč za 1 mm/1 sl.*					89,75	96,75	92,75

POWER KOMBI - Oblast Jižní Morava*, černobílá inzerce**

Formát	MFD + LN		METRO		cena v Kč		
	sloupce	š x v (v mm)	sloupce	š x v (v mm)	po, út, st	čt	pá
1/1 strana	6	285 x 435	5	204 x 286	163 406	181 676	171 236
Velký roh (Junior page)	5	237 x 345	4	163 x 232	108 220	120 295	113 395
1/2 strany – na výšku	3	141 x 435	2,5	100 x 286	81 933	91 068	85 848
1/2 strany – na šířku	6	285 x 217	5	204 x 142	81 798	90 912	85 704
1/3 strany – na výšku	2	93 x 435	2	80 x 286	54 683	60 773	57 293
1/3 strany – na šířku	6	285 x 145	5	204 x 95	54 683	60 773	57 293
1/4 strany – na výšku (stř. roh)	3	141 x 217	2,5	100 x 142	41 014	45 571	42 967
1/4 strany – na šířku (podval)	6	285 x 109	5	204 x 71	41 149	45 727	43 111
1/8 strany – na šířku	3	141 x 109	3	121 x 60	20 643	22 932	21 624
Ceny v Kč za 1 mm/1 sl.*					78,75	85,75	81,75

DNES

LIDOVÉ NOVINY

metro[®]

 VYSVĚTLIVKY >

POWER KOMBI = inzertní kombinace celostátního vydání deníků MF DNES, Lidové noviny a Metro.
Inzeráty musí mít stejný formát, barevnost a musí být uveřejněny ve stejný den.
Ceny předdefinovaných formátů mají přednost před mm propočtem ceny.

- * Uvedená mm cena platí pro výpočet inzerce do výšky 286 mm (tj. do výšky strany deníku METRO).
- ** Vydání Oblast Severní Morava v Lidových novinách zahrnuje Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj a Zlínský kraj. V MF DNES a v deníku METRO Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj a Zlínský kraj.
- *** Vydání Oblast Jižní Morava v Lidových novinách vychází v Jihomoravském kraji a okresech Třebíč, Jihlava a Žďár nad Sázavou. V MF DNES a v deníku METRO v Jihomoravském kraji a na Vysočině.

 DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Uzávěrka pro objednávky inzerce: 3 až 5 prac. dnů před uveřejněním dle umístění
Uzávěrka pro podklady: 3 pracovní dny před uveřejněním

Storno poplatky: Od 3 pracovních dnů před uveřejněním 100 %

Příplatek za barevnou inzerci: 1 doplňková barva (2C) 20 %, plnobarevný inzerát (3C nebo 4C) 30 %

Ostatní slevy a příplatky viz strana 10 - 11. Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.



DNES

LIDOVÉ NOVINY



Slevy	za plochu - dohoda na mm	za počet - několikeré zveřejnění ve stejné velikosti
3 %		3 a více
5 %	od 5 000 mm	6 a více
10 %	od 10 000 mm	12 a více
15 %	od 20 000 mm	24 a více
20 %	od 40 000 mm	48 a více
Speciální kalkulace možná	od 60 000 mm	60 a více

Všechny slevy se počítají pro jednoho inzerenta a nemohou se sčítat.

Samostatná roční dohoda na POWER KOMBI není nutná, pro výši poskytnutých slev v POWER KOMBI je rozhodující počet mm a opakování dosažených v MF DNES.

Počet mm a počet opakování v MF DNES, LN a Metro se nesčítá.

Příplatky za umístění v redakční části.
Inzerát umístěný na jedné straně v deníku MF DNES, Lidových novinách nebo v TOP KOMBI ve velikosti:

od 278 do 869 mm*	100 %
od 870 mm (1/3 strany) do 1301 mm	50 %
od 1302 mm (1/2 strany)	bez příplatku

* Formát menší než 278 mm na redakční stránce je možný, ale cena a příplatek jsou počítány z velikosti 278 mm.

Příplatky za barevnou inzerci	příplatek	min. velikost
1 doplňková barva (2C)	20 %	100 mm
plnobarevný inzerát (3C nebo 4C)	30 %	100 mm

**DNES****LIDOVÉ NOVINY****metro****Příplatek za pevnou pozici****

1. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší	15 %
2. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší	10 %

** U menších inzerátů je tento příplatek nahrazen redakčním příplatkem.

Příplatky za překlad z AJ nebo NJ**příplatek**

do 900 úhozů	600 Kč
nad 900 úhozů	1 200 Kč

Příplatky za uveřejnění pod značkou**příplatek**

vyzvednutí osobně	50 Kč
zaslání poštou, e-mailem	100 Kč
zaslání poštou do zahraničí	300 Kč

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 Engliša 519/11, PSC 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 inzercce (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 rámci nabídek TOP KOMBI a TOP KOMBI Magazin (MF DNES + Lidové noviny),
 - d) v deníku Metro (v rámci kombinace Power kombi),
 - e) na internetovém serveru iDNES.cz,
 - f) na internetovém serveru lidovky.cz, resp. zpravy.cz,
 - g) na internetovém serveru jobdnes.cz,
 - h) v rozhlasovém vysílání stanice Classic FM,
 - i) v rozhlasovém vysílání stanice Expresradio,
 - j) v televizním vysílání hudební stanice ÓČKO a
 - k) v ostatních tiskovinách a jiných médiích vydávaných či provozovaných vydavatelstvím nebo osobami tvořícími s vydavatelstvím holding.

Komunikační média uvedená shora pod písmeny a), až k), dále společně též „media“.

2. V případě tištěných médií uvedených pod písmeny a), až d), a k), 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 e), až k), 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, tele-shoppingu 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 činná 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 (a v případě deníku METRO pak přiměřeně „Všeobecnými obchodními podmínkami v METRO Česká republika, a.s.“ dostupnými na internetové adrese: www.metro.cz).
5. Nedílnou součástí těchto Všeobecných obchodních podmínek je právě platný ceník. Postup změn ceníku je upraven v čl. VI. odst. 13.

II. UZAVŘENÍ SMLOUVY

1. Zadavatel objednává šíření reklamy obvykle písemnou objednávkou (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí). Objedávka však může být učiněna také ústně.
2. Objedávka 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. Objedávky externích příloh jsou pro vydavatelství závazné teprve po předložení vzorové přílohy a jejím schválení.
5. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky.

III. REKLAMA

1. Začasné dodání podkladů reklamy je zodpovědné zadavatel. V případě, kdy dodané podklady podle věty první nebudou splňovat požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím či budou jinak nevhodné pro šíření, bude o této skutečnosti vydavatelství bez zbytečného odkladu informovat zadavatele. Zadavatel je v takovém případě povinen doručit vydavatelství neprodleně vhodné náhradní podklady v požadovaném stavu.
2. Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro požadované tiskové médium, kvalitu vylisování či zobrazení běžnou pro požadované elektronická média, a to v rámci možností daných dodanými podklady.
3. Zadavatel je plně odpovědný za obsah reklamy. Zadavatel se zavazuje, že reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy 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 ochranným 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, 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 reklamou zadavatelem uspokojeny; to neplatí pro nároky kolektivních správců, tedy OSÁ – Ochranný svaz autorský pro práva k dílu hudebnímu 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 Classic FM, Expresradio nebo ÓČKA. Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavatelství či vydavatel, popř. provozovatel příslušného média vznikne v důsledku šíření reklamy škoda nebo jiná újma, tuto škodu (újmu) v plné výši nahradí. Škodu se rozumí i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech.
4. Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet.

IV. RAMCOVÁ 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 inzertu, která ho bude opravňovat ke slevám z ceny (dále jen „sleva“) vyplývajícím z této smlouvy pro objednávky sjednaného konkrétního inzertu v rámci stanovených médií či mediátup. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu. Případné mediátupy 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 Mladé fronty DNES, pro reklamu v Magazínu DNES + TV, v Lidových novinách, v magazínu Pátek Lidových novin a pro reklamu v podobě externí přílohy je nutno vždy uzavřít zvláštní rámcovou smlouvu. Vydavatelství je oprávněno některé mediátupy 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 důvodu, za které vydavatelství nenese odpovědnost, právo zadavatele na slevu odpočítáji 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.
5. V případě reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích Classic FM, Expresradio nebo na televizní stanici 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 užitě hudby, a obsahující-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 celkové dosaženého obrátu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

V. REALIZACE OBJEDÁVKY

1. Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout šíření reklamy:
 - a) v případě, kdy daná reklama nebude odpovídat uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě nebo těmto všeobecným obchodním podmínkám či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,
 - b) v případě, kdy budou porušeny jednotné, věcně ospravedlnitelné zásady vydavatelství nebo vydavatelů či provozovatelů jednotlivých médií,
 - c) z důvodu právně závadného obsahu reklamy, tzn. pokud obsah či šíření reklamy bude v rozporu s právními předpisy, zásadami poctivého obchodního styku 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. b) a 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 nebo osob tvořících s vydavatelstvím holding,

- h) v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství nebo vydavatele či provozovatele některého z médií,
 - i) v případě, kdy zadavatel nepředá společně s nosičem reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích Classic FM, Expresradio nebo na televizní stanici 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 užitě hudby, a obsahující-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 smlouvu o sdělení, 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.
- 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 uzavření smlouvy odstoupit.
2. Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech vydavatelství, popř. 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. Objedávka 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 posunout termínu reklam 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.
 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 nepracovnou reklamu, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem.
 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 rozměr formátu C4 (228 x 325 mm), jako i knihy, katalogy, balíky nebo zboží, vydavatelství nepřijímá.
 11. Vydavatelství není povinno kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu.

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 tímto VOP a platným ceníkem vydavatelství.
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.

ry (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Vydavatelství odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli na jeho poslední vydavatelskou známou adresu, event. na jeho adresu zapsanou v obchodním rejstříku či jiné obdobné evidenci.

3. Zadavatel bude hradit společně s reklamou také DPH v aktuální výši.
4. Společně s fakturou zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak ji vydavatelství není povinnou vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávek jsou tak poskytovány výstřižky, stránky, kompletní výtisky nebo jejich kopie, popř. i jen 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 prodloužení v placení je zadavatel povinen zaplatit úroky z prodlení ve výši repo sazby stanovené Českou národní bankou pro poslední den kalendářního pololetí, které předchází kalendářnímu pololetí, v němž došlo k prodlení, zvýšené o sedm procentních bodů p. a., nejméně však 10 % p. a. Vydavatelství je však vždy oprávněno požadovat namísto sjednaných úroků z prodlení zákonné úroky, a to i u jednotlivých faktur. 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 právé platném ceníku jsou poskytovány pouze na reklamu jednoho inzeryta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.
8. Zadavatel má právo uplatňovat zpětné 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. Vydavatelství může poskytnout slevu ve výši 15 % ze základní ceny reklamy (bez DPH) reklamním agenturám (osobám, které objednají reklamu vlastním jménem, ale jednájí pro svého klienta, přičemž takováto činnost je předmětem jejich podnikatelské činnosti). Předpokladem je, aby objednávku předkládala přímo reklamní agentura, která současně odpovídá za dodání podkladů a je zadavatelem reklamy. Reklamní agentura musí na požádání vydavatelství předložit živnostenský list nebo výpis z obchodního rejstříku, který jednoznačně prokazuje její předmět podnikatelské činnosti a doložit skutečnost, že je činná jako reklamní agentura. Vydavatelství je oprávněno odmítnout poskytnutí slevy těm zadavatelům, u nichž vzniknou pochybnosti o výkonu či rozsahu jejich agenturní činnosti.
10. 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.
11. V případě, že např. z důvodu státního svátku dojde k posunu vydání deníku MF DNES s Magazinem DNES+TV anebo deníku Lidové noviny s Magazinem Pátek LN na jiný den, platí v tento den pro reklamu v deníku čtvrteční (MF DNES), resp. páteční (LN) tarif.
12. Vydavatelství si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní vydání jiné ceny, než jsou uvedeny v právé platném ceníku.
13. Eventuální změnu těchto Všeobecných obchodních podmínek nebo právé platného

ceníku sdělí vydavatelství zadavateli, který má s vydavatelstvím uzavřenou rámcovou smlouvu podle čl. IV. těchto Všeobecných obchodních podmínek. Takováto změna vstupuje v platnost uplynutím vydavatelství stanovené lhůty, která činí zpravidla dva měsíce; nejméně však činí tato lhůta 30 dní. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit a nebude se jednat o změnu ceníku, a toto své rozhodnutí sdělí vydavatelství nejpozději před vstupem nových VOP v platnost, platí pro vztah upravený příslušnou rámcovou smlouvou i nadále VOP v původním znění. V případě změny ceníku má zadavatel právo do 30 dnů ode dne oznámení změny od rámcové smlouvy odstoupit. Právo na odstoupení však zadavatelé vzniká pouze v případě, kdy by se v důsledku změny ceníku celková částka, kterou by zadavatel byl povinen hradit na základě sjednané rámcové smlouvy o dílo bez DPH (po započítání ceny již realizované reklamy), zvýšila o více jak 10 %. Změny ceníku nebo těchto Všeobecných obchodních podmínek budou zadavatelům oznámeny na internetové stránce: <http://www.mafra.cz/služby>.

14. Kombinované zakázky (např. TOP KOMBI ZAMĚSTNÁNÍ) jsou zadávány jako jedna objednávka, která je fakturována vždy po uveřejnění v MF DNES.
15. 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.
16. Faktury pro zahraniční klienty se vystavují v Kč 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.
17. Vydavatelství je oprávněno požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejm. novy nebo zahraniční klient).
18. Na webové adrese <http://www.mafra.cz/> příloha-cenik-dph je najít konečnou cenu inzerce včetně DPH u vybraných formátů MF DNES a Lidové noviny.

VII. REKLAMACE

1. Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nečitélného, 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 opakovane 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 neuznává 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, a za škody způsobené okolnostmi vylučujícími odpovědnost anebo vyšší mocí (za vyšší moc se považuje např. stávka, výluha, válka a omezení plnících z válečného stavu, teroristické útoky, povstání, působení přírodních sil, požár apod.). Ostatní zde

sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.

5. Text reklamy je zadavateli zaslán 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 korekturu písemně, jinak k nim vydavatelství není povinnou přihlížet. Vydavatelství stanoví zadavateli přiměřenou (z hlediska možnosti vydavatelství) lhůtu pro provedení korektury. Nedoručí-li zadavatel korekturu do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit reklamu ve verzi zasláné ke korekturám.
6. Zakáonná práva spotřebitelů, od nichž se nezávisle 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 smluvním účelům.
2. Zadavatel tímto poskytuje vydavatelství výslovný souhlas s tím, aby vydavatelství použilo jeho osobní údaje poskytnuté mu na základě či v souvislosti s uzavřenou smlouvou o dílo (v rozsahu: jméno, příjmení, popř. název, adresa bydliště, sídla anebo provozovny, telefonní číslo, e-mailová adresa) ve své marketingové databázi a databázích všech zpracovatelů této databáze za účelem nabízení produktů, obchodu a služeb vydavatelství a všech společností, které tvoří s vydavatelstvím holding. Souhlas je poskytován na dobu 15 let ode dne udělení souhlasu.
3. Vydavatelství tímto informuje každého zadavatele – fyzickou osobu, který podle odst. 1 poskytl svoje osobní údaje ke zpracování, o jeho právech vyplývajících ze zákona č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů v platném znění (dále jen „zákon“), tj. zejména o tom, že poskytnutí těchto údajů je dobrovolné, že zadavatel má právo přístupu k nim, a že má právo na odstranění zadaného stavu, na jejich blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci a má právo při porušení zákona se obrátit na Úřad pro ochranu osobních údajů s žádostí o zajištění nápravy, jakož i o dalších právech vyplývajících z §§ 11 a 21 tohoto zákona.
4. Uzavřením smlouvy o dílo každý zadavatel souhlasí ve smyslu ustanovení § 7 zákona č. 480/2004 Sb. s tím, že mu budou vydavatelství zasílána nevyžádaná obchodní sdělení na jeho adresu (včetně e-mailové), bude kontaktován nevyžádaným directmarketingem obsahujícím obchodní sdělení a prostřednictvím nevyžádaného telemarketingu (včetně nevyžádaných SMS a MMS) obsahujícího obchodní sdělení týkající se produktů, obchodu a služeb vydavatelství o ostatních osobách uvedených v odstavci 2 tohoto článku. Tento souhlas může být zadavatelem kdykoliv bezplatně odvolán na adrese sídla vydavatelství či v servisních centrech vydavatelství. Zadavatel bere na vědomí, že odvolání souhlasu uděleného podle těchto obchodních podmínek se netýká a neznámá odvolání souhlasu udělených z jeho strany vydavatelství jinak (např. pro účely kontaktování obchodními sděleními týkajícími se dodávky titulu MF DNES či Lidové noviny).
5. V případě, že zadavatel – fyzická osoba poskytne vydavatelství na základě či v souvislosti s uzavřenou smlouvou o dílo údaj o svém rodném čísle, souhlasí jakožto nositel tohoto rodného čísla ve smyslu § 13c odst. 1 zákona č. 133/2000 Sb. s tím, aby vydavatelství toto jeho rodné číslo využívalo pro účely evidence smluv a poskytnutých plnění, aby jej za tímto účelem archivovalo, zpracovávalo a sdělovalo.
6. Jakékoliv odvolání souhlasu podle tohoto článku nemá vliv na oprávnění vydavatelství na zpracování informací a údajů, které vyplývají z příslušných právních předpisů, ledaže by výslovně stanovily jinak.
7. Zadavatel bere na vědomí, že vydavatelství je oprávněno k vymáhání svých pohledávek vůči zadavateli využít třetí osobu (např. společnost Creditreform s. r. o., EOS KSI Česká republika, s. r. o., B4B INKASSO s. r. o. apod.).

IX. PROROGACE

Vznikne-li mezi zadavatelem a vydavatelstvím soudní spor související s písemně uzavřenou smlouvou o dílo, jejíž obsah se bude řídit těmito všeobecnými obchodními podmínkami, a půjde zároveň o spor obchodní, dohodly se obě strany v souladu s ust. § 89a občanského soudního řádu, že jako soud prvního stupně je místně příslušný Obvodní soud pro Prahu 3, není-li dána příslušnost krajského soudu, jinak Městský soud v Praze.

X. OSTATNÍ USTANOVENÍ

1. Pokud by vznikly odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti zadavatele a pokud není zajištěna na žádost vydavatelství žádná přiměřená a včasná platba předem, vyhrazuje si vydavatelství právo v každém případě a kdykoliv odstoupit od smlouvy či přerušit poskytování plnění.
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 odpustné ve výši 100% ceny). Stejně 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 poplatku ve výši 100%.
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. 513/1991 Sb., Obchodním zákoníkem v platném znění, a to ustanoveními upravujícími smlouvu o dílo podle § 536 a násl. Obchodního zákoníku.
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.

XI. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. 1. 2012.

