

1

metro[®]

CENÍK 2015

Ceny inzerce platné od 1. 1. 2015

NEJVĚTŠÍ DENÍK V ČESKÉ REPUBLICE!

VYDAVATEL

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



MÍSTO DODÁNÍ TISKOVÝCH PODKLADŮ

MAFRA, a. s.
Karla Engliša 519/II
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.
Při platbě předem poskytujeme slevu 1,5 %.

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

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 %
ffl 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.

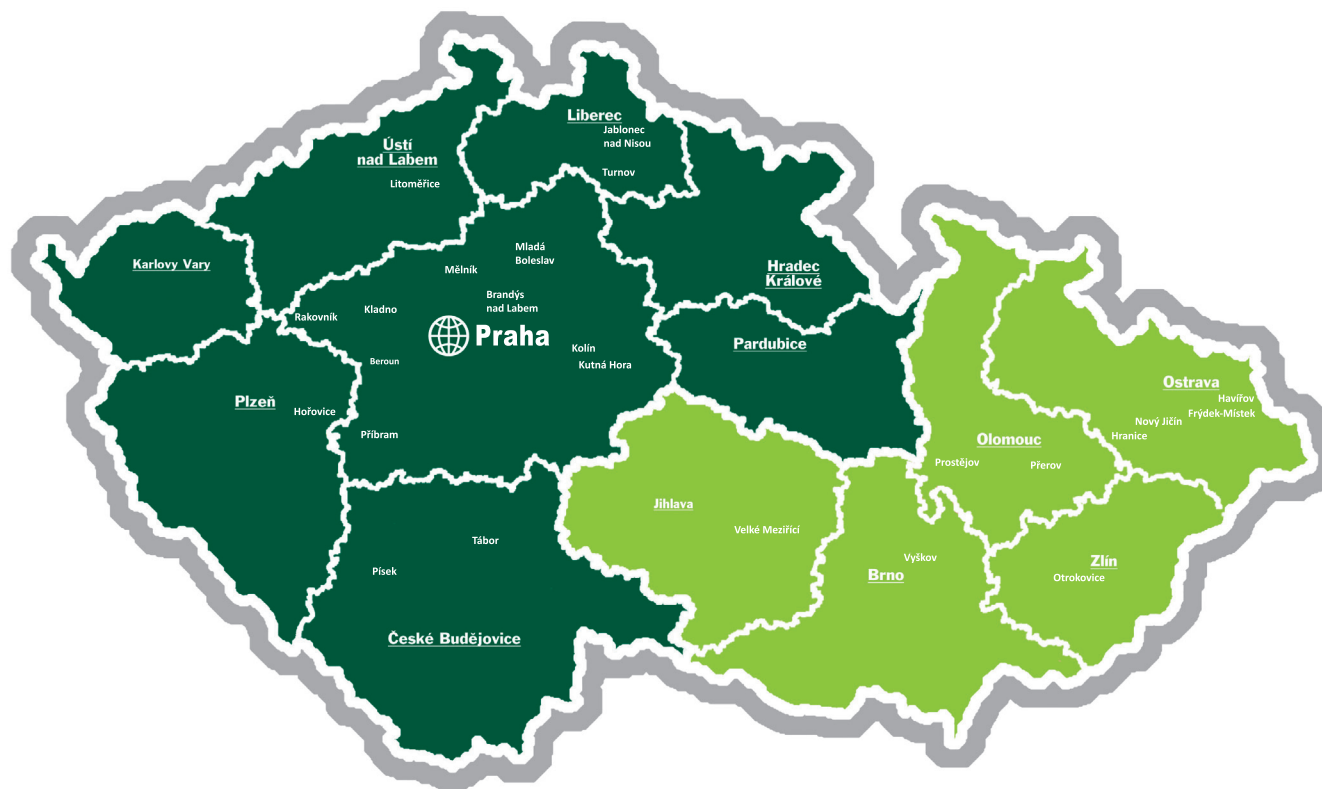
Pro kontrolu nátisk na novinovém papíru, případně výtisk z barevné tiskárny jako náhled.

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.

INZERTNÍ MUTACE DENÍKU METRO A TIŠTĚNÉ NÁKLADY



- Total
- Bohemia
- Moravia
- PL - KV
- LC - UL
- PC - HK
- Praha
- JČ
- Brno
- ZL - OL
- Ostrava
- Vysočina

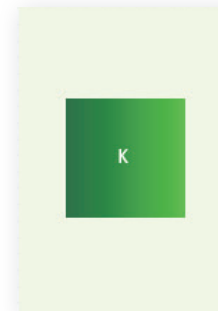
TIŠTĚNÉ NÁKLADY

Mutace	Po - Pá
Total	308 000
Praha + Stř. Čechy	205 000
Bohemia	248 000
PL-KV	12 500
PC-HK	12 500
LC-UL	12 500
JČ	5 500
Moravia	60 000
Ostrava	12 500
ZL-OL	12 500
Vysočina	5 000
Brno	30 000

SPECIÁLNÍ FORMÁTY BAREVNÁ INZERCE



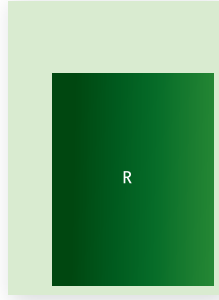
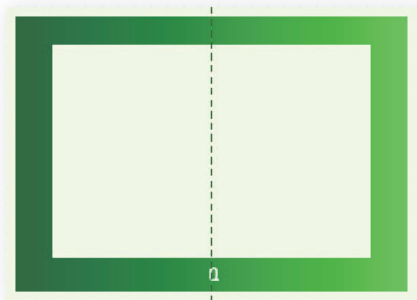
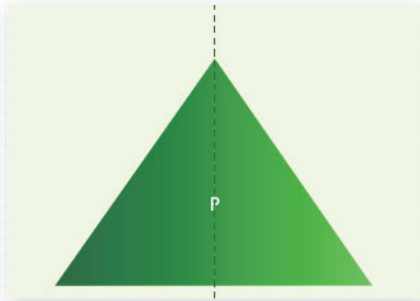
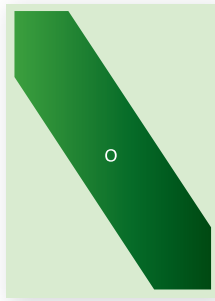
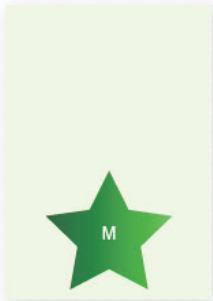
Formát	Velikost	CENÍK TOTAL		CENÍK PRAHA		CENÍK BOHEMIA		CENÍK MORAVIA		CENÍK BRNO	
			po-pá		po-pá		po-pá		po-pá		po-pá
Skybox (A)	38 x 40		53 641		35 011		47 112		19 883		15 798
Superskybox (B)	80 x 40		99 237		64 770		87 157		36 783		29 227
Superskybox (C)	38 x 80		99 237		64 770		87 157		36 783		29 227
Skybanner na titul. straně (D)	204 x 30		155 974		101 800		136 990		57 812		45 934
L-skybanner(E)	163 x 30- 38 x 80		185 683		121 191		163 084		68 824		54 684
Banner (F)	204 x 40		185 683		121 191		163 084		68 824		54 684
L-banner (G)	163 x 35- 38 x 90		206 314		134 656		181 204		76 471		60 760
Megabanner (H)	204 x 60		206 314		134 656		181 204		76 471		60 760
Outsert (4 strany)	4 x 204 x 286 mm		2 772 282		1 828 936		2 482 128		1 045 106		653 192
Baby outsert (I)	dle specifikace		961 994		633 159		235 565		361 805		226 128
Island ad sám na straně (K)	121 x1 21		107 765		71 094		96 485		40 625		25 391



SPECIÁLNÍ FORMÁTY BAREVNÁ INZERCE



			CENÍK TOTAL		CENÍK PRAHA		CENÍK BOHEMIA		CENÍK MORAVIA		CENÍK BRNO
Cut - out 1/4 strany (L) sám na straně	121 x 121		107 765		71 094		96 485		40 625		25 391
Cut - out banner (M)	121 x 121		94 833		62 563		84 907		35 750		22 344
Skybanner na redak straně (N)	204 x 30		68 628		44 792		60 276		25 437		20 211
Sponzorský box (J)	80 x 20		13 696		9 000		12 209		5 165		3 287
Sherpa (O)	163 x 232		193 976		127 970		173 673		73 126		45 703
Pyramida (P)	344 x 232		225 013		148 445		201 461		84 826		53 016
Frame (Q)	dle specifikace		262 590		173 235		235 105		98 992		61 870
Junior page (R)	163 x 232		226 946		148 121		199 324		84 118		53 031



PLOŠNÁ INZERCE BAREVNÁ INZERCE



formát	Velikost	Total po-pá	Praha + Střední 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 strany	428 x 286	507 125	334 562	454 048	97 812	63 578	97 812	97 812	191 178	119 486	97 812	97 812	63 578
2/1 strany (2. a 3. strana)		743 783	490 690	665 937	143 458	93 247	143 458	143 458	280 394	175 247	143 458	143 458	93 247
1/1 strany	204 x 286	338 083	223 041	302 699	65 208	42 385	65 208	65 208	127 452	79 658	65 208	65 208	42 385
1/2 strany	na šířku	204 x 142	170 733	112 636	152 863	32 930	21 404	32 930	64 363	40 227	32 930	32 930	21 404
	na výšku	99 x 286	170 733	112 636	152 863	32 930	21 404	32 930	64 363	40 227	32 930	32 930	21 404
1/3 strany	na šířku	204 x 95	114 272	75 388	102 312	22 041	14 326	22 041	43 079	26 924	22 041	22 041	14 326
	na výšku	80 x 286	114 272	75 388	102 312	22 041	14 326	22 041	43 079	26 924	22 041	22 041	14 326
1/4 strany	na šířku	204 x 71	86 212	56 875	77 188	16 628	10 808	16 628	32 500	20 313	16 628	16 628	10 808
	na výšku	99 x 142	86 212	56 875	77 188	16 628	10 808	16 628	32 500	20 313	16 628	16 628	10 808
1/5 strany	na šířku	121 x 95	69 308	45 723	62 053	13 368	8 689	13 368	26 128	16 330	13 368	13 368	8 689
	na výšku	38 x 286	69 308	45 723	62 053	13 368	8 689	13 368	26 128	16 330	13 368	13 368	8 689
1/6 strany	na šířku	121 x 75	57 812	38 141	51 762	11 151	7 247	11 151	21 794	13 621	11 151	11 151	7 247
	na výšku	80 x 112	57 812	38 141	51 762	11 151	7 247	11 151	21 794	13 621	11 151	11 151	7 247
1/8 strany	na šířku	121 x 60	43 613	28 772	39 048	8 411	5 468	8 411	16 442	10 276	8 411	8 411	5 468
	na výšku	80 x 90	43 613	28 772	39 048	8 411	5 468	8 411	16 442	10 276	8 411	8 411	5 468
1/10 strany	na šířku	121 x 50	34 924	23 041	31 269	6 735	4 379	6 735	13 166	8 228	6 735	6 735	4 379
	na výšku	80 x 75	34 924	23 041	31 269	6 735	4 379	6 735	13 166	8 228	6 735	6 735	4 379
1/12 strany	na šířku a)	80 x 60	29 177	19 248	26 123	5 627	3 658	5 627	11 000	6 874	5 627	5 627	3 658
	na výšku	38 x 120	29 177	19 248	26 123	5 627	3 658	5 627	11 000	6 874	5 627	5 627	3 658
	na šířku b)	121 x 40	29 177	19 248	26 123	5 627	3 658	5 627	11 000	6 874	5 627	5 627	3 658
1/16 strany	na výšku	38 x 90	21 907	14 453	19 615	4 226	2 747	4 226	8 259	5 162	4 226	4 226	2 747
	na šířku a)	80 x 45	21 907	14 453	19 615	4 226	2 747	4 226	8 259	5 162	4 226	4 226	2 747
	na šířku b)	121 x 30	21 907	14 453	19 615	4 226	2 747	4 226	8 259	5 162	4 226	4 226	2 747
cena za mm/sl		245	161	218	47	31	47	47	92	59	47	47	31

PLOŠNÁ INZERCE ČERNOBÍLÁ INZERCE



formát	Velikost	Total po-pá	Praha + Střední 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 strany	428 x 286	390 096	257 355	349 268	75 240	48 906	75 240	75 240	147 060	91 913	75 240	75 240	48 906
2/1 strany (2. a 3. strana)		572 141	377 454	512 259	110 352	71 729	110 352	110 352	215 688	134 805	110 352	110 352	71 729
1/1 strany	204 x 286	260 064	171 570	232 845	50 160	32 604	50 160	50 160	98 040	61 275	50 160	50 160	32 604
1/2 strany	na šířku	204 x 142	131 333	86 643	117 587	25 331	16 465	25 331	49 510	30 944	25 331	25 331	16 465
	na výšku	99 x 286	131 333	86 643	117 587	25 331	16 465	25 331	49 510	30 944	25 331	25 331	16 465
1/3 strany	na šířku	204 x 95	87 902	57 991	78 702	16 954	11 020	16 954	33 138	20 711	16 954	16 954	11 020
	na výšku	80 x 286	87 902	57 991	78 702	16 954	11 020	16 954	33 138	20 711	16 954	16 954	11 020
1/4 strany	na šířku	204 x 71	66 317	43 750	59 375	12 791	8 314	12 791	25 000	15 625	12 791	12 791	8 314
	na výšku	99 x 142	66 317	43 750	59 375	12 791	8 314	12 791	25 000	15 625	12 791	12 791	8 314
1/5 strany	na šířku	121 x 95	53 314	35 172	47 733	10 283	6 684	10 283	20 098	12 561	10 283	10 283	6 684
	na výšku	38 x 286	53 314	35 172	47 733	10 283	6 684	10 283	20 098	12 561	10 283	10 283	6 684
1/6 strany	na šířku	121 x 75	44 471	29 339	39 817	8 578	5 575	8 578	16 765	10 478	8 578	8 578	5 575
	na výšku	80 x 112	44 471	29 339	39 817	8 578	5 575	8 578	16 765	10 478	8 578	8 578	5 575
1/8 strany	na šířku	121 x 60	33 549	22 132	30 037	6 470	4 206	6 470	12 647	7 904	6 470	6 470	4 206
	na výšku	80 x 90	33 549	22 132	30 037	6 470	4 206	6 470	12 647	7 904	6 470	6 470	4 206
1/10 strany	na šířku	121 x 50	26 864	17 724	24 053	5 181	3 368	5 181	10 128	6 330	5 181	5 181	3 368
	na výšku	80 x 75	26 864	17 724	24 053	5 181	3 368	5 181	10 128	6 330	5 181	5 181	3 368
1/12 strany	na šířku a)	80 x 60	22 444	14 806	20 095	4 329	2 814	4 329	8 461	5 288	4 329	4 329	2 814
	na výšku	38 x 120	22 444	14 806	20 095	4 329	2 814	4 329	8 461	5 288	4 329	4 329	2 814
	na šířku b)	121 x 40	22 444	14 806	20 095	4 329	2 814	4 329	8 461	5 288	4 329	4 329	2 814
1/16 strany	na výšku	38 x 90	16 852	11 118	15 089	3 251	2 113	3 251	6 353	3 971	3 251	3 251	2 113
	na šířku a)	80 x 45	16 852	11 118	15 089	3 251	2 113	3 251	6 353	3 971	3 251	3 251	2 113
	na šířku b)	121 x 30	16 852	11 118	15 089	3 251	2 113	3 251	6 353	3 971	3 251	3 251	2 113
cena za mm/sl ČB		188	124	168	36	24	36	36	71	45	36	36	24

RUBRIKOVÁ INZERCE



Rubriková inzerce je plošná inzerce uveřejněná na stránkách a v rubrikách řádkové inzerce. Maximální rozměr rubrikové inzerce je 1/4 strany

	Ceník Total	Ceník Praha	Bohemia	Moravia
Rubriková inzerce	po-pá	po-pá	po-pá	po-pá
cena za mm/sl – 4C	125 Kč	83 Kč	112 Kč	48 Kč
cena za mm/sl černobílá	96 Kč	64 Kč	86 Kč	37 Kč

VELIKOST SLOUPCŮ RUBRIKOVÉ INZERCE

počet sloupců plošné inzerce	1	2	3	4	5	6
šířka sloupců	32	66	100	134	168	202

PŘÍPLATKY

umístění v redakční části do velikosti 1/3 strany *	100%
umístění v redakční části do velikosti 1/2 strany	50%
1. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší **	15%
2. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší **	10%

* Formát menší než 1/3 strany je na redakční straně možný, ale cena a příplatek jsou počítány z velikosti 1/3 strany.

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

UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY A PODKLADY

2 dny před uveřejněním

STORNO POPLATKY

15-3 pracovních dnů před uveřejněním 50%

Od 2 pracovních dnů před uveřejněním 100%

SLEVY

	ZA POČET - několikrát zveřejnění ve stejné velikosti
3 %	3 a více
5 %	6 a více
10 %	12 a více
15 %	24 a více
20 %	48 a více
dle dohody	60 a více

SLEVY VKLÁDANÉ INZERCE

	OPAKOVÁNÍ	POČET KUSŮ
3 %	3 x	500 000
5 %	6 x	1 000 000
10 %	8 x	1 500 000
15 %	10 x	2 000 000
20 %	12 x	2 500 000

XXL INZERTNÍ KOMBINACE = METRO + 5PLUS2

5^{PLUS}2

metro®

formát	Velikost	Total	Praha a Střední Čechy	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Jihočeský kraj	Hradecký kraj	Pardubický kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Jihomoravský kraj	Severo- moravský kraj	Olomoucký kraj	Zlínský kraj	Vysočina
Tištěný náklad		1 128 378	406 211	58 159	25 949	57 103	50 774	47 315	73 436	41 263	112 775	101 904	53 705	53 334	46 450
2/1 strany	428 x 286	1 183 620	610 849	150 579	107 744	124 904	150 579	150 579	159 159	141 999	218 315	202 059	150 579	150 579	124 904
1/1 strany	204 x 286	659 427	350 033	87 516	61 819	70 399	87 516	87 516	91 806	83 226	124 094	113 256	87 516	87 516	70 399
1/2 strany	na šířku	204 x 142	331 066	175 327	43 793	30 963	35 223	43 793	43 793	45 923	41 663	62 120	56 648	43 793	35 223
	na výšku	99 x 286	331 066	175 909	43 928	31 068	35 358	43 928	46 073	41 783	62 345	56 873	43 928	43 928	35 358
1/3 strany	na šířku	204 x 95	220 618	117 311	29 356	20 720	23 570	29 356	29 356	30 781	27 931	41 568	37 906	29 356	23 570
	na výšku	99 x 142	220 618	117 311	29 356	20 720	23 570	29 356	29 356	30 781	27 931	41 568	37 906	29 356	23 570
1/4 strany	na šířku	204 x 71	165 529	88 100	22 056	15 561	17 691	22 056	22 056	23 121	20 991	31 210	28 446	22 056	17 691
	na výšku	99 x 142	165 529	88 100	22 056	15 561	17 691	22 056	22 056	23 121	20 991	31 210	28 446	22 056	17 691
1/5 strany	na šířku	204 x 57	132 966	70 779	17 721	12 502	14 212	17 721	17 721	18 576	16 866	25 073	22 851	17 721	14 212
	na výšku	99 x 114	132 966	70 779	17 721	12 502	14 212	17 721	17 721	18 576	16 866	25 073	22 851	17 721	14 212
1/6 strany	na šířku	204 x 47	110 169	58 712	14 708	10 370	11 780	14 708	14 708	15 413	14 003	20 791	18 938	14 708	11 780
	na výšku	99 x 94	110 169	58 712	14 708	10 370	11 780	14 708	14 708	15 413	14 003	20 791	18 938	14 708	11 780
1/8 strany	na šířku	204 x 35	82 491	44 017	11 033	7 776	8 826	11 033	11 033	11 558	10 508	15 582	14 183	11 033	8 826
	na výšku	99 x 71	82 491	44 017	11 033	7 776	8 826	11 033	11 033	11 558	10 508	15 582	14 183	11 033	8 826

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 11.

PŘÍJEM INZERCE

Objednávky na základě tohoto ceníku XXL přijímá MAFRA a.s. - obchodní oddělení METRO, tel.: 225 065 122, 225 065 121, e-mail: powerkombi@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 inzerty a prospektové přílohy v MAFRA a. s. uvedenými v platném ceníku.

SLEVY

Za plochu a počet zveřejnění viz str. 9. Sleva za kombinaci 2 a více krajů - 20 %.

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 objednatele bude cena stanovena dohodou.

VKLÁDANÉ MNOŽSTVÍ

maximálně 308 000 ks

minimálně 3 000 ks

UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKU

14 pracovních dnů před uveřejněním

STORNO POPLATKY

21 - 15 prac. dnů před uveřejněním 50 %, 14 prac. 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

MÍSTO DODÁNÍ MATERIÁLŮ PRO VKLÁDÁNÍ

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

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

1. VLASTNOSTI A SPECIFIKACE PŘÍLOH

Volné listy	(v mm)		gramáž papíru
	deník	magazín	
nejmenší formát	105x210	A6 (105x148)	170-200 g/m ²
největší formát	230x310	200x270	120 g/m ²
A5 (210x148), A4 (297x210)			min. 120 g/m ²
A3 (420x297) - musí být přeložen na A4			min. 80 g/m ²
A2 (594x420) - musí být přeložen na A4			min. 60 g/m ²
Vícestránkové přílohy	počet stran		gramáž papíru
A4, A5, A6	4 - 6 stran		min. 80 g/m ²
A4, A5, A6	8 a více stran		min. 52 g/m ²

2. KVALITA DODÁVKY PŘÍLOH

Přílohy musí být bezzávadně zpracovatelné, bez dodatečné manuální úpravy. Přílohy slepené, elektrostaticky nabitě 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.

3. 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 nezkrížené 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.

4. 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!

CENY SAMPLINGU

do 20 000 ks	4Kč
20 000 - 100 000 ks	3 Kč
100 000 - 300 000 ks	2,20 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 OBJEDNÁVKU

14 pracovních dnů před uveřejněním

STORNO POPLATKY

21 - 15 prac. dnů před uveřejněním 50 %
14 prac. 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

K PRODUKTU

1. Počet distribuovaných produktů na EUR-paletě o rozměru 80 x 120 x 120 cm musí být min. 5 000 kusů.

POKYNY PRO BALENÍ

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.

PODKLADY PRO INTERNETOVOU REKLAMU PŘIJÍMÁME:

- formou e-mailu nebo na CD
- 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).

Příplatky za rozbalení iLayeru, M-overu, Splashu - pevný příplatek 100 % (omezení 1x uživatel/den).

PŘÍPLATKY ZA VIDEOBANNER - příplatek 30 % k cenikové ceně vybraného formátu. Videobanner je reklamní formát, ve kterém je přehráván televizní spot a jehož velikost je výrazně větší než povolené limity. Příplatek za spuštění zvuku - u flashového banneru je příplatek 25 % - musí následovat až po provedení akce uživatelem

Velikost bannerů při rozbalení:

300x60 - max. 300x180
300x300 - max. 600x300
300x600 - max. 600x600
120x600 - max. 240x600
998x100 - max. 998x200
500x40 - max. 500x120

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

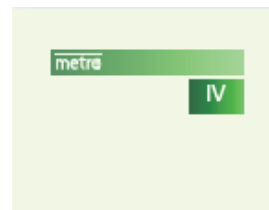
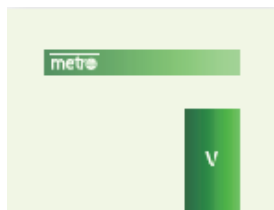
M-Over (Mouse over): Při přejetí myši přes banner tento banner „něco“ udělá. Typicky z něj vyjede rollout nebo zazní zvuk.

Splash: Banner „něco“ udělá i bez přejetí myši. Tato akce (vyjždění, zvuk, apod) musí být vždy omezena tak, aby obtěžování uživatele nepřesáhlo rozumnou míru.

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

CENY

Pozice	Velikost v px.	Umístění	Garance zobrazení / týden	Cena za týden
Wide Square 300 (II)	300 x 300 max 45 kB	All web	500 000	49 000 Kč
1/2 page Ad 300 x 600 (V)	300 x 600 max 45 kB	All web	500 000	69 000 Kč
MegaBoard 998x100 (998 x 200) (I)	998 x 100 max 45 kB	All web	500 000	79 000 Kč
SUPER 300 x 60 (IV)	300 x 60 max 25 kB	All web	500 000	19 000 Kč
Branding (VI)	dle specifikace	All web	500 000	99 000 Kč



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 MA-FRA, a. s., se sídlem Praha 5, Karla Engliša 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 zadržateli při šíření reklamy a jiné inzerci (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 týdeníku 5plus2,
- f) na internetovém serveru iDNES.cz,
- g) na internetovém serveru lidovky.cz, resp. zpravy.cz,
- h) na internetovém serveru jbdns.cz,
- i) na internetovém serveru 5plus2.cz,
- j) v televizním vysílání hudební stanice ČOKO, ČOKO GOLD a ČOKO Express 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, a štitky 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). 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 obvyklé 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, sponzoringu), to neplatí pro nároky kolektivních sdělení 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 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 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 vysílání 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, 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 obecné 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 reklamy zadavatelem uspokojeny; to neplatí pro nároky kolektivních sdělení, tedy zejména OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním a INTERGRAM nezávislá společnost výkoných 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 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. Škodou 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 povinnou tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Vydavatelství není povinnou provedenou reklamu archivovat.

IV. RAMCOVÁ SMLOUVA

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 jednotlivé inzery, která ho bude opravňovat ke slevám z ceny (dále jen „sleva“) vyplývajícím z této smlouvy pro objednávky sjednané konkrétního inzery v rámci stanovených médií či mediátupů. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu případně mediátupu v průběhu jednoho roku od data sjednání ho rámcové smlouvy, 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 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 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 ČOKO) je zadavatel povinen předat společně s příslušným nosičem hudební sestavy 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 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 celkové dosažené obrátu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

V. REALIZACE OBJEDNÁVKY

1. Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout šíření reklamy: a) v případě, kdy zadaná reklama nebude odpovídat uza-

- vřené 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 rozhodnutí 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,
- 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 ČOKO) 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 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 smlouvu o dílo, rámcovou smlouvu nebo v odůvodněných případech vydavatelstvím požadovanou,
- 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 volebního zákona.

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 opakování

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, A. S.



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. 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. 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 posunu termínu reklamy v těchto médiích, a to o jedno vydání dopředu nebo zpět. Toto ustanovení platí příměřeně 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 nepracovanou 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.

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. 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 příměřené 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 ji 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 mozné 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 prodloužení v zákonné výši. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Vydavatelství má právo v případě prodloužení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek, včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na příměřených 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 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. Bude-li zadavatel i přes upomínku vydavatelství v prodloužení úhradou svých splatných závazků vůči vydavatelství, je vydavatelství oprávněno rozhodnout, že právo na jakoukoliv slevu zadavatel nepřislúží, popř. zaniká, a to i zpětně. Právo na slevu zaniká okamžikem vystavení příslušného vrubopisu vystaveného vydavatelství.

10. V případě, že např. z důvodu státního svátku dojde k posunu vydání deníku MF DNES s Magazínem DNES+TV nebo deníku Lidové noviny s Magazínem Pátek LN na jiný den, platí v tento den pro reklamu v deníku čtvrtěční (MF DNES), resp. pátěční (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 zavázat se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zaslání 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 v Kč s následným přepočtem na cizí měnu. Pro přepočtení se používá pro všechny faktury vystavené v jednom kalendářním měsíci vždy kurz ČNB platný prvního dne příslušného měsíce.

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

16. Na webově adrese <http://www.mafra.cz/priloha-cenik-dph/>

ize 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 neuznává nárok na uveřejnění náhradní reklamy v tom případě, jestliže se při opakování objevil tentýž nedostatek, aniž 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 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 korektury písemně, jinak k nim vydavatelství není povinno přilhlzet. Vydavatelství stanoví zadavateli příměřenou (z hlediska možnosti vydavatelství) lhůtu pro provedení korektur; nebude-li tato lhůta stanovena, činí 12 hodin. Nedoručí-li zadavatel korektury do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno

šířit reklamu ve verzi zasláné 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 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 adresu 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 smluvněným účelům či k ochraně svých oprávněných zájmů. Stejně platí pro informace, které poskytne vydavatelství zadavateli.

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 koncern nebo které vydavatelství zastupuje. Souhlas je poskytován na dobu 15 let ode dne udělení souhlasu.

3. Vydavatelství tímto informuje každého zadavatele – fyzickou osobu, který podle odst. 2 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 závadného 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 vydavatelstvím zasílána nevyžádaná obchodní sdělení na jeho adresu (včetně e-mailové), bude kontaktován

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, A. S.



nevýžádaným directmailem obsahujícím obchodní sdělení a prostřednictvím nevýžádaného telemarketingu (včetně nevýžádaných SMS a MMS) obsahujícího obchodní sdělení týkající se produktů, obchodu a služeb vydavatelství a v přiměřeném rozsahu případně i marketingových partnerů vydavatelství. Tento souhlas může být zadavatelem kdykoliv bezplatně odvolán na adresu sídla vydavatelství. Zadavatel bere na vědomí, že odvolání souhlasu uděleného podle těchto obchodních podmínek se netýká a neznamená 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 užívalo.

6. Jakékoliv odvolání souhlasu podle tohoto článku nemá vliv na oprávnění vydavatelství na zpracování informací a údajů, které vyplývá z příslušných právních předpisů, ledaže by výslovně stanovily jinak.

7. 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 INKASO s.r.o. apod.). Vydavatelství je oprávněno předat informace o jednotlivých obchodních případech a o zadavateli třetím osobám v případech stanovených právními předpisy, případech zvláště sjednaných, při postoupení pohledávky či jiném nakládání s ní, svým právním, účetním, daňovým a obdobným poradcům, v odůvodněných případech osobám tvořícím s vydavatelstvím koncern a dále osobě poskytující vydavatelství pojištění rizika nezaplacení pohledávek.

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 (být vystavené na základě jiné smlouvy) vydavatelství, je vydavatelství podle své volby:

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

Vydavatelství není povinen přerušit 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

věm 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 poplatků 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. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem v platném znění, a to ustanoveními upravujícími smlouvu o dílo podle § 2586 a násl. Občanského 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.

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 smlouvu 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:

- smlouvy o smlouvě budoucí,
- nakládání s ochrannými známkami, doménami a jinými předměty průmyslového vlastnictví,
- uzavírání licenčních a podlicenčních smluv, výjma běž-

- ných smluv s autory na příspěvky do médií,
- nabytí, zatížení či zcizení nemovitostí,
- jakékoliv zajištění či utvrzení dluhů jak vydavatelství, tak třetích osob (včetně ujednání o smluvních pokutách a uznání dluhu, ručení, finanční záruky apod.),
- uzavření zástavní smlouvy,
- veřejná nabídka,
- ujednání o závdavku,
- jakákoliv dispozice s obchodním závodem či částí závodu tvořící samostatnou organizační složku,
- postoupení pohledávky,
- převzetí dluhu,
- přistoupení k dluhu,
- převzetí majetku,
- postoupení smlouvy,
- jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směnky) či podílů v jiných osobách,
- dohoda o narovnání,
- vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).

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 katalogích 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 a § 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 věřit má právo na vyrovnání celé pohledávky a toto právo může uplatnit i po splatnosti nepřijde příští splátka.

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 něž 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.

X. ZMĚNA VŠEOBECNÝCH OBCHODNÍCH PODMÍNEK

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

- změn v jednotlivých médiích, které by měly vliv na reklamní formáty,
- zavedení nových reklamních formátů či médií,
- změny rozsahu, periodicity či doby šíření jednotlivých médií či jejich zrušení nebo nahrazení jinými,
- změny či zrušení právních předpisů, vydání nových právních předpisů či změny výkladu příslušných právních předpisů,
- změny výše nákladů či čtenosti jednotlivých tištěných médií či dosahu ostatních médií,
- změn cen jednotlivých reklamních formátů,
- změn cenové úrovně na trhu,
- změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
- nepředvidatelných 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; nejmeně však činí tato lhůta 25 dní ode dne oznámení změny. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit, je oprávněn výpovědět 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 nezakládá ani se neomezuje právo na sjednání 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 takovou změnu bude zadavatel vázán pouze v případě, kdy s ní bude souhlasit.

Vydavatelství si vyhrazuje právo při zavedení nových produktů stanovit pro ně odchýlné všeobecné obchodní podmínky, technické podmínky anebo ceny.

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:

- 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,
- s ohledem na charakter smlouvy nevznikají spotřebiteli žádné náklady na dodání služby,
- vydavatelství si vyhrazuje právo požadovat platbu předem,
- 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,
- písemně uzavřená smlouva bude archivována u vydavatelství a spotřebitel je oprávněn do ní kdykoliv nahlédnout na základě písemné žádosti a prokázání jeho totožnosti,
- k uzavření smlouvy nejsou nutné žádné technické kroky, výjma kontaktu s příslušným pracovníkem inzertního oddělení vydavatelství,
- zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
- pro vydavatelství nejsou závazné žádné kodexy chování týkající se uveřejňování reklam, neboť žádné takové kodexy nebyly vydány,
- 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 doručení 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 odstoupuje.

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, A. S.



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 vydavatelsví 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 prostřednictvím systému PaySec či prostřednictvím platebních karet Visa, Mastercard, Maestro a JCB. 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. Smluvní strany tímto v souladu s § 89a občanského soudního řádu sjednávají pro veškeré spory mezi nimi plynoucí z této smlouvy 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.

XII. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. 1. 2015.