

# 1

metro®

CENÍK 2017

Ceny inzerce platné od 1. 1. 2017

**NEJVĚTŠÍ DENÍK V ČESKÉ REPUBLICĚ!**

# VYDAVATEL



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

## MÍSTO DODÁNÍ TISKOVÝCH PODKLADŮ

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

## TISK

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

## BANKOVNÍ SPOJENÍ

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

## DPH

Všechny ceny jsou uvedeny bez DPH.

## TECHNICKÉ ÚDAJE

Rozměr zrcadla: 204x286 mm  
Počet sloupců: 5  
Mezera mezi sloupci: 3 mm  
Papír 45 g/m<sup>2</sup> - 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 % ± 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](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 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



## TIŠTĚNÉ NÁKLADY

MUTACE	(po - pá)
Total	330 000
Praha + Sř. Čechy	210 000
Bohemia	259 000
PL-KV	14 000
PC-HK	14 000
LC-UL	14 000
JČ	7 000
Moravia	71 000
Ostrava	14 000
ZL-OL	14 000
Vysočina	6 000
Brno	37 000

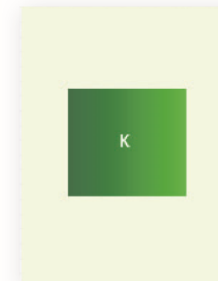


- Total
- Bohemia
- Moravia
- PL - KV
- LC - UL
- PC - HK
- Praha
- JČ
- Brno
- ZL - OL
- Ostrava
- Vysočina

# SPECIÁLNÍ FORMÁTY - PLOŠNÁ INZERCE

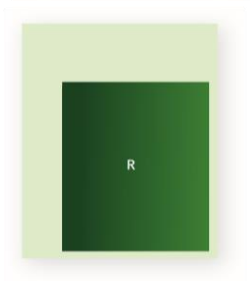
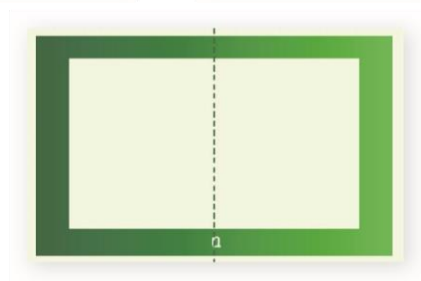
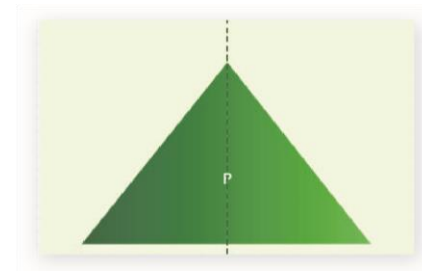


Formát	Velikost v mm	Total po - pá	Praha po - pá	Bohemia po - pá	Moravia po - pá	Brno po - pá
<b>Tištěný náklad</b>		<b>330 000</b>	<b>210 000</b>	<b>259 000</b>	<b>71 000</b>	<b>37 000</b>
Skybox (A)	38 x 40	56 880	37 112	47 112	19 883	15 798
Superskybox (B)	80 x 40	105 191	68 656	87 157	36 783	29 227
Superskybox (C)	38 x 80	105 191	68 656	87 157	36 783	29 227
Skybanner na tř. straně (D)	204 x 30	165 332	107 908	136 990	57 812	45 934
L-skybanner (E)	163 x 30; 38 x 80	196 824	128 462	163 084	68 824	54 684
Banner (F)	204 x 40	196 824	128 462	163 084	68 824	54 684
L-banner (G)	163 x 35; 38 x 90	218 693	142 735	181 204	76 471	60 760
Magabanner (H)	204 x 60	218 693	142 735	181 204	76 471	60 760
Outsert (4 strany)	204 x 286 (4krát)	2 938 619	1 938 672	2 482 128	1 045 106	653 192
Baby outsert (I)	dle specifikace	961 994	671 148	235 565	361 805	226 128
Island ad sám na straně (K)	121 x 121	114 231	75 359	96 485	40 625	25 391
Zadní obálka	286 x 204	537 552	354 634	454 048	191 178	119 487



# SPECIÁLNÍ FORMÁTY - BAREVNÁ INZERCE

Formát	Velikost (v mm)	Total po - pá	Praha po - pá	Bohemia po - pá	Moravia po - pá	Brno po - pá
<b>Tištěný náklad</b>		<b>330 000</b>	<b>210 000</b>	<b>259 000</b>	<b>71 000</b>	<b>37 000</b>
<b>Cut-out 1/4 strany (L) sám na straně</b>	121 x 121	114 231	75 359	96 485	40 625	25 391
<b>Cut-out banner (M)</b>	121 x 121	100 523	66 316	84 907	35 750	22 344
<b>Skybanner na redakční straně (N)</b>	204 x 30	72 746	47 477	60 276	25 437	20 211
<b>Sponzorský box (J)</b>	80 x 20	14 518	9 540	12 209	5 165	3 287
<b>Sherpa (O)</b>	163 x 232	205 615	135 648	173 673	73 126	45 703
<b>Pyramida (P)</b>	344 x 232	238 514	157 351	201 461	84 826	53 016
<b>Frame (Q)</b>	dle specifikace	278 345	183 629	235 105	98 992	61 870
<b>Junior page (R)</b>	163 x 232	260 988	170 339	199 324	84 118	53 031



# PLOŠNÁ INZERCE



Formát	Velikost	Total po - pá	Praha + stř. Čechy po - pá	Bohemia po - pá	PL-KV po - pá	JČ po - pá	PC-HK po - pá	LC-UL po - pá	Moravia po - pá	BRNO po - pá	Ostrava po - pá	ZL-OL po - pá	Vysočina po - pá
Tišťený náklad		330 00	210 000	259 000	14 000	7 000	14 000	14 000	71 000	37 000	14 000	14 000	6 000
2/1 str.	428 x 286	537 552	354 635	454 048	97 812	63 578	97 812	97 812	191 178	119 486	97 812	97 812	63 578
2/1 str. (2. a 3. str)	428 x 286	788 409	520 131	665 937	143 458	93 247	143 458	143 458	280 394	175 247	143 458	143 458	93 247
1/1 str.	204 x 286	358 367	236 423	302 699	65 208	42 385	65 208	65 208	127 452	79 658	65 208	65 208	42 385
1/2 str. na šířku	204 x 142	180 976	119 394	152 863	32 930	21 404	32 930	32 930	64 363	40 227	32 930	32 930	21 404
1/2 str. na výšku	99 x 286	180 976	119 394	152 863	32 930	21 404	32 930	32 930	64 363	40 227	32 930	32 930	21 404
1/3 str. na šířku	204 x 95	121 128	79 911	102 312	22 041	14 326	22 041	22 041	43 079	26 924	22 041	22 041	14 326
1/3 str. na výšku	80 x 286	121 128	79 911	102 312	22 041	14 326	22 041	22 041	43 079	26 924	22 041	22 041	14 326
1/4 str. na šířku	204 x 71	91 384	60 287	77 188	16 628	10 808	16 628	16 628	32 500	20 313	16 628	16 628	10 808
1/4 str. na výšku	99 x 142	91 384	60 287	77 188	16 628	10 808	16 628	16 628	32 500	20 313	16 628	16 628	10 808
1/5 str. na šířku	121 x 95	73 466	48 466	62 053	13 368	8 689	13 368	13 368	26 128	16 330	13 368	13 368	8 689
1/5 str. na výšku	38 x 286	73 466	48 466	62 053	13 368	8 689	13 368	13 368	26 128	16 330	13 368	13 368	8 689
1/6 str. na šířku	121 x 75	61 280	40 429	51 762	11 151	7 247	11 151	11 151	21 794	13 621	11 151	11 151	7 247
1/6 str. na výšku	80 x 112	61 280	40 429	51 762	11 151	7 247	11 151	11 151	21 794	13 621	11 151	11 151	7 247
1/8 str. na šířku	121 x 60	46 229	30 498	39 048	8 411	5 468	8 411	8 411	16 442	10 276	8 411	8 411	5 468
1/8 str. na výšku	80 x 90	46 229	30 498	39 048	8 411	5 468	8 411	8 411	16 442	10 276	8 411	8 411	5 468
1/10 str. na šířku	121 x 50	37 019	24 423	31 269	6 735	4 379	6 735	6 735	13 166	8 228	6 735	6 735	4 379
1/10 str. na výšku	80 x 75	37 019	24 423	31 269	6 735	4 379	6 735	6 735	13 166	8 228	6 735	6 735	4 379
1/12 str. na šířku a)	80 x 60	30 927	20 402	26 123	5 627	3 658	5 627	5 627	11 000	6 874	5 627	5 627	3 658
1/12 str. na výšku	38 x 120	30 927	20 402	26 123	5 627	3 658	5 627	5 627	11 000	6 874	5 627	5 627	3 658
1/12 str. na šířku b)	121 x 40	30 927	20 402	26 123	5 627	3 658	5 627	5 627	11 000	6 874	5 627	5 627	3 658
1/16 str. na výšku	38 x 90	23 221	15 320	19 615	4 226	2 747	4 226	4 226	8 259	5 162	4 226	4 226	2 747
1/16 str. na šířku a)	80 x 45	23 221	15 320	19 615	4 226	2 747	4 226	4 226	8 259	5 162	4 226	4 226	2 747
1/16 str. na šířku b)	121 x 30	23 221	15 320	19 615	4 226	2 747	4 226	4 226	8 259	5 162	4 226	4 226	2 747
cena za mm/sl.		259	170	218	47	31	47	47	92	59	47	47	31

# RUBRIKOVÁ INZERCE



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

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

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

## SLEVY A PŘÍPLATKY

### PŘÍPLATKY

Umístění na první obálce	<b>350 %</b>
Umístění na poslední straně	<b>50 %</b>
Umístění v redakční části do velikosti 1/3 strany*	<b>100 %</b>
Umístění v redakční části do velikosti 1/2 strany	<b>50 %</b>
1. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší **	<b>15 %</b>
2. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší **	<b>10 %</b>

\*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.

### SLEVY ZA POČET OPAKOVÁNÍ - PLOŠNÁ INZERCE

3 a více zveřejnění ve stejné velikosti	<b>3 %</b>
6 a více zveřejnění ve stejné velikosti	<b>5 %</b>
12 a více zveřejnění ve stejné velikosti	<b>10 %</b>
24 a více zveřejnění ve stejné velikosti	<b>15 %</b>
48 a více zveřejnění ve stejné velikosti	<b>20 %</b>
60 a více zveřejnění ve stejné velikosti	<b>Dle dohody</b>

### UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY A PODKLADY

2 pracovní dny před uveřejněním

### STORNO POPLATKY

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

### SLEVY - VKLÁDANÁ INZERCE

500 000 ks	3 opakování	<b>3 %</b>
1 000 000 ks	6 opakování	<b>5 %</b>
1 500 000 ks	8 opakování	<b>10 %</b>
2 000 000 ks	10 opakování	<b>15 %</b>
2 500 000 ks	12 opakování	<b>20 %</b>



# XXL INZERTNÍ KOMBINACE: METRO + 5PLUS2



Formát	Velikost	Total	Praha + Stř. Čechy	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Jihočeský kraj	Hradecký kraj	Pardubický kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Jiho-moravský kraj	Severo-moravský kraj	Olomoucký kraj	Zlínský kraj	Vysočina	
Tišťený 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	1 207 961	626 907	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	675 653	360 738	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	339 260	180 732	43 793	30 963	35 223	43 793	43 793	45 923	41 663	62 120	56 648	43 793	43 793	35 223
	na výšku	99 x 286	339 260	181 314	43 928	31 068	35 358	43 928	43 928	46 073	41 783	62 345	56 873	43 928	43 928	35 358
1/3 strany	na šířku	204 x 95	226 102	120 928	29 356	20 720	23 570	29 356	29 356	30 781	27 931	41 568	37 906	29 356	29 356	23 570
1/4 strany	na šířku	204 x 71	169 667	90 829	22 056	15 561	17 691	22 056	22 056	23 121	20 991	31 210	28 446	22 056	22 056	17 691
	na výšku	99 x 142	169 667	90 829	22 056	15 561	17 691	22 056	22 056	23 121	20 991	31 210	28 446	22 056	22 056	17 691
1/5 strany	na šířku	204 x 57	136 292	72 973	17 721	12 502	14 212	17 721	17 721	18 576	16 866	25 073	22 851	17 721	17 721	14 212
	na výšku	99 x 114	136 292	72 973	17 721	12 502	14 212	17 721	17 721	18 576	16 866	25 073	22 851	17 721	17 721	14 212
1/6 strany	na šířku	204 x 47	112 943	60 542	14 708	10 370	11 780	14 708	14 708	15 413	14 003	20 791	18 938	14 708	14 708	11 780
	na výšku	99 x 94	112 943	60 542	14 708	10 370	11 780	14 708	14 708	15 413	14 003	20 791	18 938	14 708	14 708	11 780
1/8 strany	na šířku	204 x 35	84 583	45 398	11 033	7 776	8 826	11 033	11 033	11 558	10 508	15 582	14 183	11 033	11 033	8 826
	na výšku	99 x 71	85 263	45 698	11 101	7 829	8 894	11 101	11 101	11 633	10 568	15 695	14 296	11 101	11 101	8 894

## PODMÍNKY POSKYTNUTÍ

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

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

## VKLÁDANÁ INZERCE

Cena a technické podmínky viz strana 10.

## PŘÍJEM INZERCE SLEVY

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

## POTVRZENÍ OBJEDNÁVKY

Potvrzení objednávky v rámci XXL provede obchodní oddělení deníku Metro

## REKLAMACE

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

## SLEVY

Za plochu a počet zveřejnění viz str. 8.  
Sleva za kombinaci 2 a více krajů - 20 %.

# VKLÁDANÁ INZERCE



## CENY VKLÁDANÉ INZERCE

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

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

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

## VKLÁDANÉ MNOŽSTVÍ

maximálně 308 000 ks  
minimálně 3 000 ks

## UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY

14 pracovních dnů před uveřejněním

## STORNO POPLATKY

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

## TERMÍNY DODÁNÍ

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

## VLASTNOSTI A SPECIFIKACE PŘÍLOH

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

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

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

## 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.

## PŘEPRAVA A BALENÍ PŘÍLOH

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

## OSTATNÍ

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

## MÍSTO DODÁNÍ VKLADŮ

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

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

# SAMPLING



## CENY SAMPLINGU

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

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

## DISTRIBUOVANÉ MNOŽSTVÍ

maximálně 308 000 ks  
minimálně 10 000 ks

## UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY

14 pracovních dnů před uveřejněním

## STORNO POPLATKY

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

## TERMÍNY DODÁNÍ

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

## POKYNY PRO BALENÍ

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

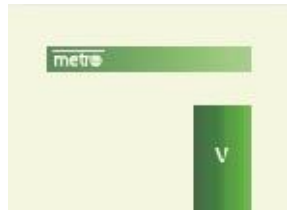
## PALETOVÁ PŘÍVODKA

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.*

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



## PŘÍPLATKY

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

Velikost bannerů při rozbalení (v px):

300x600 - max. 600x600  
300x300 - max. 600x300  
998x200 - max. 998x400  
480x300 - max. 960x300

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

**M-over (Mouse over):** Při přejetí myši přes banner tento banner „něco“ udělá. - 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.

**Videobanner:** reklamní formát, ve kterém je přehráván televizní spot a jehož velikost je výrazně větší než povolené limity.

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

## PODKLADY PRO INTERNETOVOU REKLAMU

- musí být dodány nejpozději 2 pracovní dny před začátkem kampaně. Budou-li dodány později, nemůžeme garantovat počet impresí.
- přijímáme formou e-mailu nebo na CD
- přijímáme ve formátech bannerů a reklamních odkazů  
- flash (.swf) s prolinkem na vlastní internetovou prezentaci;  
JPEG (jpg, jpeg) a Graphics Interchange Format (.gif; statický či animovaný)
- Specifikace reklamních formátů:  
[http://data.idnes.cz/soubory/mafra\\_all/98A160216\\_BOP\\_004\\_SPECIFIKA\\_CEREKLAMN.PDF](http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/98A160216_BOP_004_SPECIFIKA_CEREKLAMN.PDF)
- Náhledy reklamních formátů:  
[http://data.idnes.cz/soubory/mafraweb/13A160406\\_KUBI\\_001\\_NAHLEDR\\_EKLAMNICH.PDF](http://data.idnes.cz/soubory/mafraweb/13A160406_KUBI_001_NAHLEDR_EKLAMNICH.PDF)

# CROSSMEDIÁLNÍ FORMÁTY



Formát deník Metro***	Velikost v mm	Formát metro.cz	Velikost v Pixelech	Cena v Kč
Wrap 1. ob. + 4. ob. (A)	428 x 286	Layer Ad**,**	max. 800 x 600	2 430 000
Wrap 1. ob. + 2. ob. (B)	2 x 204 x 286	Layer Ad**,**	max. 800 x 600	2 080 000
Fake cover (C)	204 x 286	Layer Ad**,**	max. 800 x 600	1 750 000
Special Ad (D)	204 x 110	Layer Ad**,**	max. 800 x 600	750 000
Advertorial (E)	204 x 260	Komerční článek	max. 800 x 600	380 000
Advertorial (F)	204 x 130	Komerční článek	max. 800 x 600	195 000

\*Trvání : max . 10 sek.

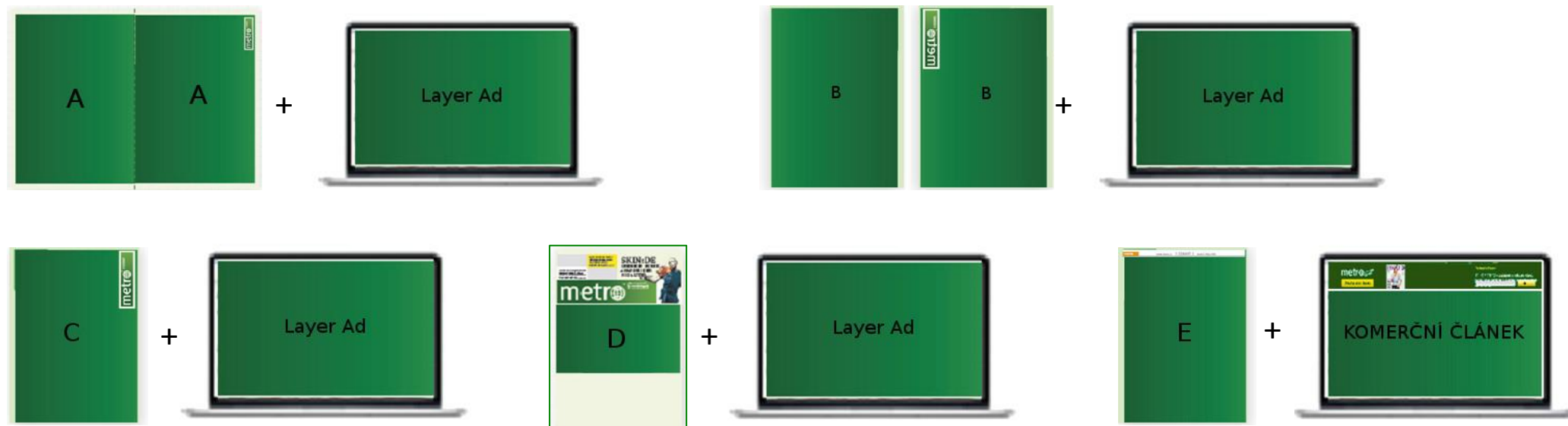
Velikost : max. 800 x 600 Pixel

Velikost dat: max. 100KB

Formát : HTML5, JPEG, 3rd Party Tag, Tag in Tag

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

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



# VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.



## I. ZÁKLADNÍ USTANOVENÍ

1. Tyto Všeobecné obchodní podmínky (dále také jen „VOP“) upravují smluvní vztahy mezi obchodní společností MAFRA, a. s., se sídlem Praha 5, Karla Engliše 519/11, PSČ 150 00, IČ: 45313351, DIČ: CZ45313351, zapsané v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka č. 1328 (dále jen „vydavatelství“) a zadavateli při šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“):

- a) v deníku Mladá fronta DNES (a všech jeho přílohách),
- b) v deníku Lidové noviny (a všech jeho přílohách),
- c) v deníku Metro a magazínu Men Women Only,
- d) v rámci nabídek TOP KOMBI a ULTRA KOMBI,
- e) v týdenících 5plus2 a TÉMA,
- f) na internetovém serveru IDNES.cz,
- g) na internetovém serveru lidovky.cz, resp. zpravy.cz,
- h) na internetovém serveru jobdnes.cz, aaoptavka.cz, reality.idnes.cz, automodul.cz, akcnicey.cz, expres.cz
- i) na internetovém serveru 5plus2.cz,
- j) v televizním vysílání hudební stanice ÓČKO, ÓČKO GOLD a ÓČKO Expres a k) v ostatních tiskovinách a jiných médiích vydávaných, provozovaných či zastupovaných vydavatelstvím nebo osobami tvořícími s vydavatelstvím koncern.

Komunikační média uvedená shora pod písmeny a) až k) budou dále nazývána společně též „médiá“.

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 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 f) 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, 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](http://www.mafra.cz)

5. Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před ustanoveními těchto VOP. 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 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 objednávku, 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. V případě, že reklama budou využívat prvky umožňující sledování chování uživatele (cookies apod.) či zpracovávající osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy s právními předpisy, zejména zákonem č. 101/2000 Sb. a zákonem 127/2005 Sb. a je správcem takových údajů. Tím není dotčeno právo vydavatelství využívat jím sbírané údaje samostatně.

2.

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

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 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 reklamy zadavatelem uspokojeny; to neplatí pro nároky kolektivních správců, tedy zejména OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním a INTERGRAM nezávislá společnost výkonných umělců a výrobci zvukových a zvukově obrazových záznamů, a to výlučně pokud se jedná o odměnu za šíření reklamy ve vysílání rozhlasových nebo televizních stanic. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na loterie a jiné podobné hry, které nebyly povoleny nebo oznámeny podle zákona č. 202/1990 Sb. či předpisů jej nahrazujících. 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. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na hazardní hry provozované bez základního povolení podle zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách či předpisů jej nahrazujících.

4.

Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Vydavatelství není povinno provedenou reklamu archivovat.

# VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.



## IV. RÁMCOVÁ SMLOUVA

1. Pokud by zadavatel zamýšlel šířit v průběhu roku určitý objem reklamy v některém z médií, má možnost uzavřít s vydavatelstvím rámcovou smlouvu o dílo pro jednotlivého inzerenta, která ho bude opravňovat ke slevám z ceny (dále jen „sleva“) vyplývajícím z této smlouvy pro objednávky sjednaného konkrétního inzerenta v rámci stanovených médií či mediátypů. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu případně mediátypu v průběhu jednoho roku od data sjednání v rámcové smlouvě, není-li v ní výslovně sjednána kratší lhůta. Pro jednotlivá média a dále pro reklamu v celostátním vydání Mladé fronty DNES, v krajských vydáních MF DNES, pro reklamu v Magazínu DNES + TV, v Lidových novinách, v magazínu Pátek Lidových novin, v deníku Metro a týdeníku Splus2 a pro reklamu v podobě externí přílohy je nutno vždy uzavřít zvláštní rámcovou smlouvu. Vydavatelství je oprávněno některé mediátypy 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 ŌČKO) 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 obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku.

6. Sleva, která náleží zákazníkovi na základě celkově dosaženého obrátu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč nebo v eurech 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 uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě anebo těmto všeobecným obchodním podmínkám či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,

b) v případě, kdy budou porušeny etické zásady vydavatelství nebo vydavatelů či provozovatelů jednotlivých médií, případně Kodex reklamy Rady pro reklamu

c) z důvodu právně závadného obsahu reklamy, tzn. pokud obsah či šíření reklamy bude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, zásadami poctivého obchodního styku a poctivého jednání nebo rozhodnutími orgánů veřejné správy,

d) v případě, kdy vydavatelství bude mít důvodné pochybnosti o tom, zda u reklamy není dán důvod pro její odmítnutí podle písm. a) až c),

e) v případě, kdy by reklama mohla svým formátem či provedením vyvolat u čtenářů, resp. posluchačů či diváků dojem, že se jedná o součást redakčního obsahu příslušného média nebo sdělení vydavatelství či vydavatele nebo provozovatele příslušného média,

f) obsahující sdělení, reklamu či obchodní sdělení třetích osob, s výjimkou případu, kdy zadavatelem bude reklamní či mediální agentura a reklama bude obsahovat sdělení, reklamu či obchodní sdělení jejího zákazníka,

g) která bude zasahovat do práv a oprávněných zájmů vydavatelství či bude poškozovat nebo by mohla poškodit dobré jméno vydavatelství, jeho zaměstnanců, akcionářů anebo osob tvořících s vydavatelstvím koncern,

h) v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství nebo vydavatele či provozovatele některého z médií,

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 ŌČKO) 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 slib oškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech vydavatelstvím požadován,

k) v případě, kdy zadavatel bude v reklamě vázat poskytnutí dalších informací na zaslání PR SMS a/nebo volání na telefonní čísla se zvláštním tarifem, ledaže se bude jednat o běžné reklamní soutěže a akce a/nebo

l) anonymní reklamy týkající se voleb po dobu volební kampaně podle volebních zákonů nebo reklamy, která nespĺňuje další požadavky volebních zákonů.

V takovém případě vydavatelství sdělí své rozhodnutí o odmítnutí reklamy zadavateli bez zbytečného odkladu. Zadavatel je pak povinen bez zbytečného odkladu dodat vydavatelství bezvadné náhradní podklady. Při opakovaném odmítnutí reklamy jednoho zadavatele z důvodů uvedených v tomto odstavci má vydavatelství právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

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

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

4. 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 přiměřeně i pro elektronická média.

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

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

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

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

9. Vydavatelství je povinnou u reklamy v tištěných médiích uveřejněných pod značkou shromažďovat, předávat nebo zasílat po dobu šesti týdnů po uveřejnění reklamy došle 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 povinnou kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu ani vzhledem k ostatním reklamám.

# VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.



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

1. Výše ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou a není-li v ní výslovně dohodnuta, je určena těmito VOP a platným ceníkem vydavatelství v Kč (CZK) nebo v eurech (EUR) - ceny v EUR platí pro zahraniční klienty a jsou uvedeny v platném ceníku vydavatelství v anglickém jazyce, byl-li pro danou službu takový ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR vydán.
2. Splatnost ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou. Není-li v této smlouvě splatnost ceny díla sjednána, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Splatnost faktury nastává i při vadách reklamy, právo zadavatele na slevu tím však není dotčeno. Vydavatelství odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli na jeho poslední vydavatelství známou adresu, event. na jeho adresu zapsanou v obchodním rejstříku či jiné obdobné evidenci. Vydavatelství je oprávněno svým jednostranným rozhodnutím kdykoliv prodloužit dobu splatnosti jednotlivých faktur. Toto své rozhodnutí vydavatelství oznámí zadavateli vhodným způsobem v přiměřené lhůtě.
3. Zadavatel bude hradit společně s reklamou také DPH v aktuální výši. Není-li výslovně uvedeno jinak, jsou ceny v cenících uvedeny bez DPH.
4. Společně s fakturou zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak jí vydavatelství není povinno vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány výstřižky, stránky, kompletní výtisky nebo jejich kopie, popř. i jen doklady elektronickou formou (zejména ve formátu PDF a JPG). Pokud není možné tyto doklady obstarat, obdrží zadavatel od vydavatelství potvrzení o šíření reklamy. U řádkové inzerce se neposkytuje žádný doklad o uveřejnění.
5. Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit úroky z prodlení v zákonné výši. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Vydavatelství má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek, včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.
6. Pokud neuvede zadavatel přesnou velikost, formu, délku či jiný rozsah reklamy určené k šíření v příslušném médiu a přenechá toto rozhodnutí na vydavatelství, potom je základem pro vyúčtování skutečně uveřejněný rozsah reklamy.
7. Slevy uvedené v právě platném ceníku jsou poskytovány pouze za reklamu jednoho inzerenta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.
8. Zadavatel má právo uplatňovat zpětně nárok na slevu podle platného ceníku,

9. 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 upozornění vydavatelství v prodlení s úhradou svých splatných závazků vůči vydavatelství, je vydavatelství oprávněno rozhodnout, že právo na jakoukoliv slevu zadavateli nepřísluší, popř. zaniká, a to i zpětně. Právo na slevu zaniká okamžikem vystavení příslušného vrubopisu vystaveného vydavatelstvím.
  10. V případě, že např. z důvodu státního svátku dojde k posunu vydání deníku MF DNES s magazínem DNES+TV anebo deníku Lidové noviny s magazínem Pátek LN na jiný den, platí v tento den pro reklamu v deníku čtvrteční (MF DNES), resp. páteční (LN) tarif.
  11. Vydavatelství si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní vydání jiné ceny, než jsou uvedeny v právě platném ceníku.
  12. Kombinované zakázky (např. TOP KOMBI ZAMĚŠTNÁNÍ) jsou zadávány jako jedna objednávka, která je fakturována vždy po uveřejnění v MF DNES.
  13. Vydavatelství může uzavřít se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a 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 buďto v EUR dle platného ceníku v anglickém jazyce (existuje-li pro danou službu platný ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR) nebo v CZK s následným přepočtem na cizí měnu - pro přepočet se používá pro všechny faktury vystavené v jednom kalendářním měsíci vždy kurz ČNB platný prvního dne příslušného měsíce. Připouští se započtení pohledávek v různých měnách, přičemž pro tyto účely bude použit kurz uvedený v předchozí větě. Započtení se vždy řídí českým právem.
  15. Vydavatelství je oprávněno požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejm. nový nebo zahraniční klient).
  16. Na webové adrese <http://www.mafra.cz/priloha-cenik-dph/> lze najít konečnou cenu inzerce včetně DPH v vybraných formátech 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 odvislání reklamy v jiných médiích nárok na slevu

- z ceny nebo na šíření bezchybné náhradní reklamy, ale pouze v tom rozsahu, ve kterém byl poškozen účel reklamy. Toto právo je zadavatel povinen uplatnit u vydavatelství písemně do 2 týdnů od data šíření reklamy, jinak zaniká. Právo volby mezi způsoby uvedenými ve větě první náleží vydavatelství. Pokud vydavatelství neuveřejní náhradní reklamu bez zbytečného odkladu, nebo pokud náhradní reklama opakovaně není bezchybná, pak má zadavatel právo na slevu z ceny.
2. Při opakovaném šíření reklamy je zadavatel povinen zkontrolovat ihned po každém uveřejnění jejich správnost a úplnost. Vydavatelství neuzná nárok na uveřejnění náhradní reklamy v tom případě, jestliže se při opakování objeví tentýž nedostatek, aniž by byl tento nedostatek bezprostředně (nejpozději do 3 dnů) po předchozím uveřejnění oznámen vydavatelství.
3. V případě, že se vyskytnou v důsledku vadných podkladů nedostatky při zpracování, tisku, vkládání či jiném šíření reklamy, které nebyly zjevně rozeznatelné při přijetí objednávky, nemá zadavatel žádný nárok na slevu nebo šíření náhradní reklamy.
4. Vydavatelství v žádném případě neodpovídá za škody, které nebyly vydavatelstvím zaviněny úmyslně nebo z hrubé nedbalosti, a za škody způsobené okolnostmi vylučujícími odpovědnost, mimořádnými a nepředvídatelnými překážkami vzniklými nezávisle na jeho vůli anebo vyšší mocí (za vyšší moc se podle dohody stran vždy považuje např. stávka, výluka, válka a omezení plynoucí z válečného stavu, teroristické útoky, povstání, působení přírodních sil, požár apod.). Vydavatelství není povinno hradit škodu jiné osobě než zadavateli. Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.
5. Text reklamy je zadavateli zasílán ke korekturám pouze na výslovnou písemnou žádost zadavatele a pouze v případě, kdy je to z časových důvodů možné. Zadavatel zodpovídá za správnost a úplnost jím provedených korektur; zadavatel je povinen zaslat vydavatelství korekturu písemně, jinak k nim vydavatelství není povinno přihlížet. Vydavatelství stanoví zadavateli přiměřenou (z hlediska možnosti vydavatelství) lhůtu pro provedení korektury; nebude-li tato lhůta stanovena, činí 12 hodin. Nedoručí-li zadavatel korektury do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit reklamu ve verzi 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 (pro zahraniční klienty 4 eura) 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.



# VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.



6. Reklamace se uplatňuje písemně na adrese sídla vydavatelství nebo u příslušného inzertního poradce vydavatelství.

7. Zákonná práva spotřebitelů, od nichž se nelze dohodou odchýlit, zůstávají nedotčena.

## VIII. OCHRANA DAT, OBCHODNÍ SDĚLENÍ

1. Informace, které poskytne zadavatel vydavatelství v souvislosti se smlouvou o dílo, používá vydavatelství pouze ke smluveným účelům 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 v 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 nevyžádaným directmailem obsahujícím obchodní sdělení a prostřednictvím nevyžádaného telemarketingu (včetně nevyžádaných 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 adrese sídla vydavatelství. Zadavatel bere na vědomí, že odvolání souhlasu uděleného podle těchto obchodních podmínek se netýká a neznamená odvolání souhlasů 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. Vydavatelství je oprávněno předat informace o jednotlivých obchodních případech a o zadavateli třetím osobám v případech stanovených právními předpisy, v případech zvláště sjednaných, při postoupení pohledávky či jiném nakládání s ní, svým právním, účetním, daňovým a obdobným poradcům, osobám tvořícím s vydavatelstvím koncern a dále osobě poskytující vydavatelství pojištění rizika nezaplacení pohledávek.

## IX. OSTATNÍ USTANOVENÍ

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

- oprávněno odstoupit od smlouvy,
  - přerušit poskytování plnění anebo
  - vázat poskytnutí dalších plnění (včetně plnění již objednaného) na platbu předem.
- Vydavatelství není povinno 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 odstupné 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 poplatek 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. Zadavatel se zavazuje na své náklady a nebezpečí řádně a v zákonem stanovených lhůtách splnit povinnosti týkající se smlouvy (o dílo) o šíření reklamy stanovené zákonem č. 340/2015 Sb. V případě, že tento zákon umožňuje vyloučit ze zveřejnění některé části smlouvy či informace, zadavatel takové části smlouvy či informace ze zveřejnění vyloučí. Zadavatel se zavazuje přistupovat k obsahu této smlouvy jako ke svému obchodnímu tajemství. Stejně platí pro jiné zákony upravující zveřejňování informací, zejména zákon č. 247/1995 Sb. a další volební zákony.

5. Ukončení smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem právním úkonem musí být provedeno písemně.

6. Pokud by u zadavatele byly dány jakékoliv důvody, jež by mohly založit zákonné ručení či jinou odpovědnost vydavatelství za daňové povinnosti zadavatele, je zadavatel povinen o takových skutečnostech vydavatelství bezodkladně písemně informovat.

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

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

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

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

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

# VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.



m) převzetí majetku,  
n) postoupení smlouvy,  
o) jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směn) či podílů v jiných osobách,  
p) dohoda o narovnání,  
q) vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).  
Smlouva, při jejímž uzavírání zastupoval vydavatelství člen (členové) statutárního orgánu, může být měněna pouze právním jednáním, při němž budou vydavatelství zastupovat opět členové statutárního orgánu nebo osoby k takovému jednání výslovně pověřené individuálním písemným pověřením.  
11. Sjednává se prodloužení subjektivní promlčecí lhůty pro pohledávky vzniklé mezi smluvními stranami ze 3 na 4 roky. To neplatí pro pohledávky na náhradu škody.  
12. Jakékoliv reklamní nabídky vydavatelství formou reklamy a informace uvedené v jeho obchodních nebo katalogických se nepovažují za nabídku na uzavření smlouvy.  
13. Veškeré nabídky na uveřejnění reklamy učiněné vydavatelstvím mohou být odvolány i ve lhůtě určené pro jejich přijetí.  
14. Ustanovení § 1799 a § 1800 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.  
15. Ustanovení § 1805 odst. 2, § 1913, § 1950, § 1952 odst. 2 a § 1995 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.  
16. Smluvní strany výslovně ujednávají, že vydavatelství je oprávněno odmítnout plnění podle uzavřené smlouvy i pro případ, kdy zadavatel bude v prodlužení se splněním svého jiného závazku (vzniklého z jiného právního důvodu) vůči vydavatelství.  
17. Bylo-li ujednáno plnění ve splátkách a dlužník nesplní některou splátku, ujednaly smluvní strany, že věřitel má právo na vyrovnání celé pohledávky a toto právo může uplatnit i po splatnosti nejlépe příští splátku.  
18. Zadavatel bere na vědomí, že smluvní vztah s vydavatelstvím ho neoprávňuje k označování jeho výrobků nebo jejich částí jménem, ochrannou známkou, názvem produktu vydavatelství nebo jiným obdobným způsobem.  
19. Vydavatelství je oprávněno započít 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.  
21. Smluvní strany tímto v souladu s § 89a občanského soudního řádu resp. nařízením (EU) č. 1215/2012 sjednávají pro veškeré spory mezi nimi plynoucí z této smlouvy příslušnost českých soudů a to místní příslušnost Obvodního soudu pro Prahu 5 jako soudu prvního stupně. V případě, že soudem prvního

stupně bude krajský soud, sjednávají smluvní strany pro veškeré spory mezi nimi místní příslušnost Městského soudu v Praze.

## X. ZMĚNA VŠEOBECNÝCH OBCHODNÍCH PODMÍNEK

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

- a) změn v jednotlivých médiích, které by měly vliv na reklamní formáty, b zavedení nových reklamních formátů či médií,
- c) změny rozsahu, periodicity či doby šíření jednotlivých médií či jejich zrušení nebo nahrazení jinými,
- d) změny či zrušení právních předpisů, vydání nových právních předpisů či změny výkladu příslušných právních předpisů,
- e) změny výše nákladu či čtenosti jednotlivých tištěných médií či dosahu ostatních médií,
- f) změn cen jednotlivých reklamních formátů,
- g) změn cenové úrovně na trhu,
- h) změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
- i) nepředvídatelných změn na trhu.

Změna bude oznámena zadavateli podle volby vydavatelství buď odesláním příslušné informace a úplného znění změny podmínek ve vhodném formátu (např. .pdf nebo .html) na kontaktní e-mailovou adresu zadavatele či písemným oznámením. Takováto změna vstupuje mezi vydavatelstvím a konkrétním zadavatelem v platnost uplynutím vydavatelstvím stanovené lhůty, která činí zpravidla jeden měsíc; nejméně však činí tato lhůta 25 dní ode dne oznámení změny. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit, je oprávněn vypovědět příslušnou smlouvu ve lhůtě podle předchozí věty s výpovědní dobou 30 dnů. V případě, kdy zadavatel uplatní toto své právo na výpověď, není takovéto předčasné ukončení smlouvy považováno za porušení smlouvy ze strany zadavatele a zadavateli nezaniká ani se neomezuje právo na sjednané slevy (ledaže by toto právo zaniklo nebo bylo (mohlo být) omezeno z jiných důvodů na straně zadavatele). V případě, kdy zadavatel nevyužije svého práva na výpověď smlouvy, platí, že se změnou souhlasí.

Vydavatelství si však vyhrazuje právo přijmout takovou změnu VOP či ceníků, s níž nebude spojeno právo zadavatele na výpověď smlouvy za předpokladu, že takovou změnou bude zadavatel vázán pouze v případě, kdy s ní bude souhlasit.

Vydavatelství si vyhrazuje právo při zavedení nových produktů stanovit pro ně odchylné všeobecné obchodní podmínky, technické podmínky anebo ceníky. Stejná pravidla platí pro změny příslušných technických podmínek (viz čl. I. odst. 4).

## XI. ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ PRO SMLOUVY UZAVÍRANÉ DISTANČNÍM

### ZPŮSOBEM A NEBO MIMO OBCHODNÍ PROSTORY SE SPOTŘEBITELI

1.

S ohledem na zákonná ustanovení sděluje vydavatel spotřebitelům, kteří s ním uzavřou smlouvu distančním způsobem, či mimo jeho obchodní prostory, následující údaje:

- a) při uzavírání smlouvy o uveřejnění reklamy je cena reklamy stanovena dle platného ceníku vydavatelství umístěného na [www.mafra.cz](http://www.mafra.cz), a to s případnou slevou podle uzavřené smlouvy,
- b) s ohledem na charakter smlouvy nevznikají spotřebiteli žádné náklady na dodání služby,
- c) vydavatelství si vyhrazuje právo požadovat platbu předem, d) ke sjednané ceně bude vydavatelství účtovat pouze zákonnou daň z přidané hodnoty, jiné daně, poplatky ani náklady nebudou účtovány, ledaže by byly zavedeny po uzavření smlouvy a podle zákonných předpisů zatěžovaly poskytnutí příslušné služby,

e) písemně uzavřená smlouva bude archivována u vydavatelství a spotřebitel je oprávněn do ní kdykoliv nahlédnout na základě písemné žádosti a prokázání jeho totožnosti,

- f) k uzavření smlouvy nejsou nutné žádné technické kroky, vyjma kontaktu s příslušným pracovníkem inzertního oddělení vydavatelství,
- g) zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
- h) pro vydavatelství nejsou závazné žádné kodexy chování týkající se uveřejňování reklam, neboť žádné takové kodexy nebyly vydány,
- i) smlouva může být uzavřena pouze v českém či slovenském jazyce.

2.

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

3.

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

4.

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

5.

Vydavatelství informuje spotřebitele, že přijímá platby v hotovosti (platba předem), převodem na účet vydavatelství a u vybraných produktů, u nichž je to výslovně uvedeno, také prostřednictvím systému PaySec či prostřednictvím platebních karet Visa, Mastercard, Maestro anebo 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. V případě, že dojde mezi vydavatelstvím a spotřebitelem ke vzniku spotřebitelského sporu z kupní smlouvy nebo ze smlouvy o poskytování služeb, který se nepodaří vyřešit vzájemnou dohodou, může spotřebitel podat návrh na mimosoudní řešení takového sporu určenému subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, kterým je:

Česká obchodní inspekce  
Ústřední inspektorát - oddělení ADR  
Štěpánská 15, 120 00 Praha 2  
e-mail: [adr@coi.cz](mailto:adr@coi.cz)  
web: [www.adr.coi.cz](http://www.adr.coi.cz)

Spotřebitel může v případě smluv uzavíraných on-line využít rovněž platformu pro řešení sporů online, která je zřízena Evropskou komisí na adrese:

<http://ec.europa.eu/consumers/odr/>

## XII. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. 1. 2017.