

mafra

CENÍK

tištěných titulů platný od 1. 1. 2026

mediální skupina **mafra**

TISK • INTERNET • TV • RÁDIA • TISKÁRNY

DNES



TÉMA

Tiskové tituly mediální skupiny MAFRA

Mladá Fronta DNES je nejčtenější zpravodajský celostátní deník v České republice. Čtenářům přináší aktuální a kvalitní zpravodajství, užitečné informace i oddechové čtení ve specializovaných přílohách. Mladá fronta DNES vychází denně ve čtrnácti regionálních verzích pro každý kraj a Prahu. Čtenáři mohou využít i verzi pro počítače, tablety a chytré telefony. Součástí Mladé fronty DNES jsou zdarma vkládané plnohodnotné časopisy: pondělí – ONA DNES, čtvrtek – Magazín DNES+TV, pátek – SPECIÁL DNES a v sobotu novinové přílohy VÍKEND DNES a ORIENTACE.

Deník **METRO** vychází ZDARMA každý pracovní den. Díky svému unikátnímu zaměření umožňuje snadné oslovení čtenářů do třiceti let. Jednou měsíčně vychází také magazín METRO men women only, kde se čtenáři dočtou o všem, co vidí kolem sebe, co je aktuálně trendy a seznámí se s příběhy zajímavých lidí.

TÉMA je volně prodejný týdeník vydavatelství MAFRA, který smazává hranice mezi zpravodajskými a společenskými časopisy. Píše důvěryhodně, zábavně a srozumitelně. TÉMA nabízí velké rozhovory se zajímavými lidmi, významné informace z ekonomiky a politiky, pravdivé příběhy plné emocí a pohledy do života společenské smetánky. Týdeník TÉMA vychází každý pátek.

DNES

Deník MF DNES vychází v dvousešitové struktuře. Obsahuje rubriky: Domov, Ekonomika, Svět, Kultura, Názory a Rozhovor, který představí vždy českou či zahraniční osobnost. Dále zprávy z regionu a rubriku Sport.
Čtenost: 363 000

Čtvrteční vydání tradičně obsahuje přílohu Zaměstnání.

Sobotní vydání přináší navíc rubriku Scéna a Zahraniční zajímavost.

PONDĚLÍ	Ona DNES celostátní vydání, čtenost: 205 000
ČTVRTEK	DNES+TV celostátní vydání, čtenost: 386 000 + příloha Zaměstnání
PÁTEK	Speciál DNES celostátní vydání, čtenost: 114 000
SOBOTA	Orientace a Víkend DNES celostátní vydání, čtenost: 177 000



metro

Deník METRO vychází každý pracovní den a je zdarma distribuován do 650 distribučních míst v 72 městech České republiky.
Tištěný náklad: 232 000 ks

MĚSÍČNÍK	METRO men women only (samostatně distribuovaný) tištěný náklad: 60 000 ks
	METRO men women only EXTRA (supplement deníku METRO) tištěný náklad: 310 000 ks
PÁTEK	METRO edice 5plus2 (samostatně distribuovaný) tištěný náklad: 210 000 ks



DNES

metro

	M KOMBI	MF DNES	METRO	ORIENTACE
Ceny 4C inzerce (inzerční část)	1 mm/1 sl.	1 mm/1 sl.	1 mm/1 sl.	1 mm/1 sl.
po, út, st, so	551,3	297	299	127
čt	619,75	371	299	-
pá	778,85	297	545	-
čt (MFD), pá (Metro XXL)	847,3	-	-	-

DENÍKY	MFD Š x V v mm	METRO Š x V v mm	M KOMBI				MF DNES		METRO	
			po - st, pá	čt	pá (MFD + Metro XXL)	čt (MFD), pá (Metro XXL)	po, út, st, pá, so	čt	po-pá	pá XXL
Panorama	600 x 435	428 x 286	2 126 580	2 513 664	2 781 923	3 169 007	1 679 535	2 098 005	619 470	1 327 949
1/1 strana	285 x 435	204 x 286	1 099 037	1 277 691	1 407 609	1 586 263	775 170	968 310	412 978	746 569
Junior page A	237 x 345	163 x 232	884 031	1 032 910	1 065 355	1 214 234	645 975	806 925	309 734	505 760
1/2 str. na výšku	141 x 435	100 x 286	551 430	640 757	705 333	794 660	387 585	484 155	208 555	374 937
1/2 str. na šířku	285 x 217	204 x 142	550 605	639 727	704 509	793 631	386 694	483 042	208 555	374 937
1/3 str. na výšku	93 x 435	80 x 286	368 129	427 680	470 179	529 731	258 390	322 770	139 587	249 912
1/3 str. na šířku	285 x 145	204 x 95	368 129	427 680	470 179	529 731	258 390	322 770	139 587	249 912
1/4 na výšku (střední roh)	141 x 217	100 x 142	276 258	320 819	354 158	398 719	193 347	241 521	105 310	189 527
1/4 na šířku (podval)	285 x 109	204 x 71	277 082	321 848	353 170	397 936	194 238	242 634	105 310	187 567
1/8 strany na šířku	141 x 109	121 x 60	139 618	175 137	180 577	202 960	97 119	121 317	53 820	98 100

PŘÍKLADY SPECIÁLNÍCH FORMÁTŮ										
Ucho -celostátní	58 x 48	38 x 40	137 672	157 071	153 463	172 862	83 171	104 143	65 663	82 735
Podval titulka	285 x 50	204 x 60	759 825	848 902	816 102	905 179	587 430	683 730	234 002	294 842
Inzerát titulka	141 x 64	80 x 40	354 067	413 452	414 076	473 461	251 450	315 650	131 326	196 200
Inzerát v textové části (celostátní)	1 nebo 2 sl. (cena za mm/sl.)		1 373	1 646	1 601	1 874	1 186	1 481	299 Kč	545

Nestandardní formáty jsou možné po dohodě. Ceny jsou uvedeny bez započtení slev a DPH.

* Ucho lze umístit na titulní straně regionu.

** Inzerát (45 x 25 až 80 mm nebo 93 x 15 až 60 mm) umístěný v redakční části, minimálně ze tří stran obklopený redakčním obsahem.

 **NÁŠ TIP! >**

Vedle standardních formátů existuje samostatná nabídka speciálních formátů jako panoráma (600 x 435 mm), superpanoráma (1202 x 435 mm), různé panoramatické inzeráty, inzeráty zvláštních tvarů a zasahující do redakčního textu. Vzorník inzerátů a kalkulace ceny vám zašleme na vyžádání.

Víkend

DNES

Orientace

VÍKEND		
FORMÁTY	Š x V v mm	Ceny 4C inzerce v Kč sobota
1/1 strana	285 x 435	775 170
1/2 strany na šířku	285 x 217	386 694
1/2 strany na výšku	141 x 435	387 585
1/3 strany na šířku	285 x 145	258 390
1/4 strany na šířku	285 x 109	194 238
1/4 strany (roh)	141 x 217	193 347

ORIENTACE		
FORMÁTY	Š x V v mm	Ceny 4C inzerce v Kč sobota
1/2 strany na šířku	285 x 217	165 354
1/3 strany na šířku	285 x 145	110 490
1/4 strany na šířku (podval)	285 x 109	83 058



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Ostatní podvalové formáty až do výšky 345 mm jsou možné pouze po domluvě.

Uzávěrka pro objednávky Víkend Dnes a Orientace:
10 pracovních dní před uveřejněním

Uzávěrka pro podklady Víkend Dnes a Orientace:
5 pracovní dny před uveřejněním

Podklady a tisk: viz strana 18 - 20



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Uzávěrka pro objednávky: MF DNES: 3 až 5 pracovních dnů před uveřejněním dle umístění.

Uzávěrka pro podklady: 3 pracovní dny před uveřejněním.

Storno poplatky: od 3 pracovních dnů před uveřejněním: 100 %

U textových inzerátů vysokých 435 mm, které jsou po grafické stránce podobné redakčnímu materiálu, si MAFRA vyhrazuje právo takový inzerát označit v horní části plochy inzerátu nápisem INZERCE o velikosti 10 bodů. Klientovi nevzniká nárok na snížení ceny inzerátu.



VYSVĚTLIVKY >

VŠECHNY FORMÁTY JSOU BEZ SPADU A OŘEZOVÝCH ZNAČEK



PŘÍPLATKOVÉ POZICE >

V případě požadavku na pevnou pozici se k ceně inzerátu od velikosti 1/2 strany na 1. pozici (strana A5) připočítává dodatečný příplatek 15 % a k ceně inzerátu od velikosti 1/2 strany na 2. pozici (strana A7) dodatečný příplatek 10 %.

U menších velikostí je příplatek za pozici nahrazen redakčním příplatkem.

V případě požadavku na vázanou inzerci se k ceně 2. inzerátu a dalších navázaných připočítává dodatečný příplatek 15 %. V případě požadavku na pevnou pozici se k ceně inzerátu na 1. pozici připočítává dodatečný příplatek 15 % a k ceně inzerátu na 2. pozici dodatečný příplatek 10 %.

FORMÁTY	spad Š x V v mm	zrcadlo Š x V v mm	ONA DNES	MAGAZÍN DNES + TV	SPECIÁL DNES
			po	čt	pá
2/1 panoramatická dvoustrana	420 x 285	386 x 261	625 000	833 000	-
1/1 strana	210 x 285	181 x 261	316 000	421 000	253 000
2. strana obálky	210 x 285	181 x 261	364 000	445 000	291 000
3. strana obálky	210 x 285	181 x 261	364 000	445 000	291 000
4. strana obálky	210 x 285	181 x 261	399 000	529 000	320 000
1/2 str. na šířku, na výšku	210 x 140 102 x 285	181 x 128 88 x 261	158 000	213 000	127 000
1/3 str. na šířku (podval) - na výšku	210 x 114 72 x 285	181 x 95 55 x 261	106 000	141 000	-
1/4 strany - roh - na výšku - na šířku (podval)	- 60 x 285 210 x 84	88 x 128 42 x 261 181 x 65	79 000	108 000	-
1/8 strany	-	88 x 62	40 000	55 000	-
inzerát v křížovce*	-	43 x 55	-	69 000	-
inzerát v křížovce	-	62 x 92	17 000	-	-

FORMÁTY V REDAKČNÍ ČÁSTI (umístěné samostatně na stránce)

Junior page A	135 x 215	122 x 200	299 000	402 000	-
Junior page B	106 x 202	88 x 187	143 000	190 000	-
2/3 strany	132 x 285	111 x 261	221 000	337 000	-
1/2 str. - na výšku - na šířku	102 x 285 210 x 140	88 x 261 181 x 128	174 000	316 000	-
1/3 str. - na výšku - na šířku - (podval)	72 x 285 210 x 114	55 x 261 181 x 95	137 000	225 000	-
1/4 strany v rohu strany, - na šířku (podval)	- 210 x 84	88 x 128 181 x 65	119 000	211 000	-
1/4 - plovoucí inzerát v textu	-	88 x 128	237 000	323 000	-
1/8 - plovoucí inzerát v textu	-	62 x 88 88 x 62	119 000	165 000	-

Nestandardní formáty jsou možné po dohodě. Ceny jsou uvedeny bez započtení slev a DPH.

* Další formáty inzerátů v křížovce jsou možné po dohodě.

speciál DNES

FORMÁTY V TV PROGRAMU	spad Š x V v mm	zrcadlo Š x V v mm	MAGAZÍN DNES+TV
Inzerát v TV programu	-	40 x 30	23 000
TV tip 1	-	59 x 59	62 000
TV tip 2	-	59 x 123	129 000
TV tip 3	-	123 x 59	129 000
TV tip 4	-	93 x 51	-

Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.



NÁŠ TIP! >

Vedle standardních formátů existuje samostatná nabídka speciálních formátů: klasická panoramatická dvoustrana, různé chlopně, přebaly, vlepky, inzeráty zvláštních tvarů nebo zasahující do redakčního textu. Vzorník inzerátů a kalkulace ceny na vyžádání.



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

U textových inzerátů, které jsou po grafické stránce podobné redakčnímu materiálu, si MAFRA vyhrazuje právo takový inzerát označit v jeho horní části plochy nápisem INZERCE o velikosti 10 bodů. Klientovi nevzniká nárok na snížení ceny inzerátu.

Uzávěrka pro objednávky: 10 pracovních dnů před uveřejněním.

Uzávěrka pro podklady: 5 pracovních dnů před uveřejněním.

Uzávěrka pro podklady: 6 pracovních dnů před uveřejněním.

Storno poplatky: 21–15 pracovních dnů před uveřejněním - 50 %. Od 14 pracovních dnů před uveřejněním - 100 %.

Zpracování vnitřní inzerce - viz str. 19, podmínky pro dodání podkladů - DENÍKY.

Zpracování inzerce na obálkách DNES+TV, Speciál DNES (a veškeré inzerce v magazínu Ona DNES)

viz str. 20, podmínky pro dodání podkladů - MAGAZÍNY.

Spadávka: 5mm ze všech stran. Ořezové značky nesmí přesahovat 5mm spadu a musí být min. 3mm od čistého formátu.



PŘÍPLATKY A SLEVY >

Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.

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

V případě požadavku na vázanou inzerci se k ceně 2. inzerátu a dalších navázaných připočítává dodatečný příplatek 15 %. V případě požadavku na pevnou pozici se k ceně inzerátu na 1. pozici připočítává dodatečný příplatek 15 % a k ceně inzerátu na 2. pozici dodatečný příplatek 10 %.

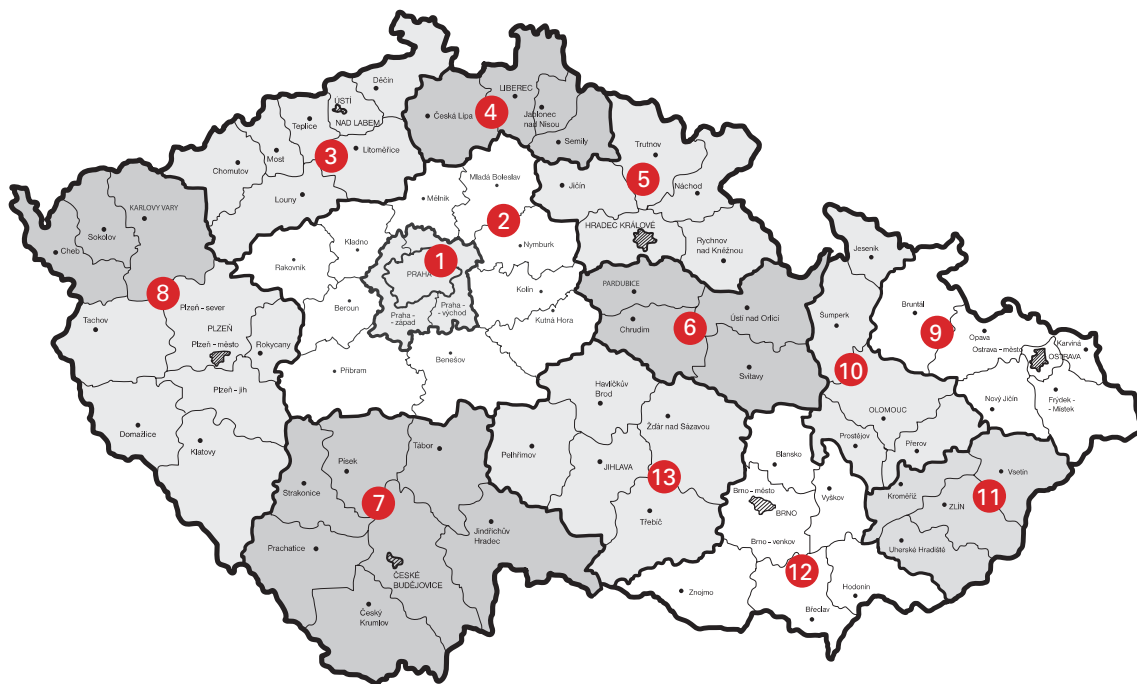




Uzávěrka pro objednávky - 3 pracovní dny před uveřejněním.
 Uzávěrka pro podklady - 2 pracovní dny před uveřejněním.
 Storno poplatky - od 2 pracovních dnů před uveřejněním - 100 %.
 Ceny jsou uvedeny bez DPH. Slevy a příplatky viz strana 13.
 V krajském vydání je možnost inzerce v křížovce s příplatkem 25 % (rozměr inzerátu 93 x 55 mm).



REGIONÁLNÍ VYDÁNÍ V DENÍKU MF DNES >



- 1 = vydání Praha
- 2 = vydání Středočeský kraj
- 1 + 2 = vydání oblast Praha
- 3 = Ústecký kraj
- 4 = Liberecký kraj
- 5 = Královéhradecký kraj
- 6 = Pardubický kraj
- 7 = Jihočeský kraj
- 8 = Západní Čechy
- 9 = Moravskoslezský kraj
- 10 = Olomoucký kraj
- 11 = Zlínský kraj
- 12 = Jihomoravský kraj
- 13 = Kraj Vysočina

DNES

MF DNES Ceny inzerce v Kč	Inzertní část 1 mm/1 sl. nebo 1 řádek/1 sl				Plovoucí inzerát* 1 mm/1 sl.		Ucho** 46 x 38 mm	
	po, út, st, pá, so	čt	po, út, st, pá, so	čt	po, út, st, pá, so	čt	po, út, st, pá, so	čt
vydání oblast Praha (Praha-město + Středočeský kraj)	109	135	234	289	437	539	14 200	17 600
vydání Praha-město	101	120	215	257	402	479	13 100	15 600
vydání Středočeský kraj, západní Čechy	37	44	80	93	150	175	4 900	5 800
vydání Ústecký kraj nebo Jihočeský kraj nebo Olomoucký kraj nebo Zlínský kraj	33	39	71	83	133	154	4 400	5 100
vydání Liberecký kraj nebo Královéhradecký kraj nebo Pardubický kraj nebo Kraj Vysočina	30	34	64	74	120	137	3 900	4 500
vydání Moravskoslezský kraj	45	52	96	112	180	210	5 900	6 900
vydání Jihomoravský kraj	49	60	106	128	197	240	6 400	7 800

Nestandardní formáty jsou možné po dohodě. Ceny jsou uvedeny bez započtení slev a DPH.



VYSVĚTLIVKY >

- * Inzerát (45 x 25 až 80 mm nebo 93 x 15 až 60 mm) umístěný v redakční části, minimálně ze 3 stran obklopený redakčním obsahem.
- ** Na titul krajského sešitu MF DNES lze umístit i ucho o dvojnásobném rozměru – 92 x 38 mm.
V jednotlivých případech lze dle možností umístit krajské ucho i na titulní stranu deníku MF DNES.



NÁŠ TIP! >

Veškerá jednotlivá krajská vydání jsou mezi sebou vzájemně kombinovatelná.
 2 krajská vydání = 20% sleva, 3 a více krajských vydání = 30% sleva.
 Pro samostatnou kombinaci vydání Praha-město a vydání Středočeský kraj lze použít pouze cenu pro vydání oblast Praha.
 Nevztahuje se na nabídku Tandem a na již zvýhodněné tarify: oblast Praha a Čechy, vydání severní a jižní Morava.
 Inzeráty musí mít stejný motiv, rozměr, barevnost a musí být uveřejněny ve stejný den.

TÉMA

STANDARDNÍ FORMÁTY (4C)	spad (Š x V v mm)	zrcadlo (Š x V v mm)	cena v Kč
2/1 panoramatická dvoustrana (vnitřní)	420 x 285	386 x 261	375 000
4. strana obálky	210 x 285	181 x 261	321 000
2. strana obálky	210 x 285	181 x 261	279 000
3. strana obálky	210 x 285	181 x 261	268 000
1/1 strana	210 x 285	181 x 261	268 000
Velký roh (junior page)	135 x 215	122 x 200	204 000
1/2 strany - na šířku - na výšku	210 x 140 102 x 285	181 x 128 88 x 261	161 000
1/3 strany - na šířku (podval) - na výšku	210 x 114 72 x 285	181 x 95 55 x 261	107 000
1/4 strany - roh - na šířku (podval) - na výšku	- 210 x 84 60 x 285	88 x 128 181 x 65 42 x 261	97 000

Nestandardní formáty jsou možné po dohodě. Ceny jsou uvedeny bez započtení slev a DPH.

Slevy a příplatky viz strana 13.

Samostatně prodejný týdeník Téma vychází každý pátek.

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Uzávěrka pro objednávky: 10 pracovních dní před vydáním.

Uzávěrka pro podklady: 5 pracovních dní před uveřejněním.

Storno poplatky: 21-15 pracovních dnů před uveřejněním – 50 %
od 14 pracovních dnů před uveřejněním – 100 %

TECHNICKÉ PODMÍNKY >

ROZMĚR STRANY

210 x 285 mm (š x v)

Papír obálka: 115 g/m² – LK, papír vnitřek: 57 g/m² LWC

Tiskový rastr: 52 l/cm (133 lpi)

Spadávká: 5 mm ze všech stran

Podklady a tisk: viz strana 18 - 20

SPECIÁLNÍ TÉMATICKÁ VYDÁNÍ

6. 2.	Zimní olympijské hry
20. 2.	Klouby
13. 3.	Moderní technologie
17. 4.	Trvalá udržitelnost
15. 5.	Pivovary
5. 6.	Cestování
26. 6.	Grilování
10. 7.	Letní aktivity
14. 8.	Vzdělávání / zpět do lavic
4. 9.	Stáří - zdravý senior
25. 9.	Zdravé zuby
9. 10.	Imunita
23. 10.	Očkování
6. 11.	Ekologie
20. 11.	Elektromobilita
4. 12.	Vánoce – tipy na dárky





PLOŠNÁ INZERCE	Š x V v mm	Total	Bohemia	Praha + stř. Čechy	Čechy jihozápad	Čechy sever	Moravia	Morava jih	Morava sever
Ceny inzerce v Kč		po - pá	po - pá	po - pá	po - pá	po - pá	po - pá	po - pá	po - pá
2/1 str.	428 x 286	619 470	523 241	408 678	112 718	185 985	220 312	210 961	185 985
2/1 str. (2. a 3. str)	428 x 286	908 554	767 419	599 394	165 319	272 776	323 123	309 410	272 776
1/1 str.	204 x 286	412 978	348 827	272 452	75 145	123 989	146 875	140 641	123 989
1/2 str. na šířku	204 x 142	208 555	176 157	137 588	37 949	62 615	74 171	71 023	62 615
1/2 str. na výšku	99 x 286	208 555	176 157	137 588	37 949	62 615	74 171	71 023	62 615
1/3 str. na šířku	204 x 95	139 587	117 903	92 088	25 400	41 909	49 644	47 536	41 909
1/3 str. na výšku	80 x 286	139 587	117 903	92 088	25 400	41 909	49 644	47 536	41 909
1/4 str. na šířku	204 x 71	105 310	88 950	69 474	19 162	31 617	37 453	35 863	31 617
1/4 str. na výšku	99 x 142	105 310	88 950	69 474	19 162	31 617	37 453	35 863	31 617
Cena za 1 mm/1sl.		299	251	197	55	90	106	103	90

RUBRIKOVÁ INZERCE*	Š x V v mm	Total	Praha + Stř. Čechy	Bohemia	Moravia	Brno
Ceny inzerce v Kč		cena / den	cena / den	cena / den	cena / den	cena / den
1/1 str 4C	202 x 286	247 876	165 251	211 154	91 806	64 264
1/2 str 4C	202 x 134	116 138	77 425	98 932	43 014	30 110
1/3 str 4C	202 x 90	78 003	52 002	66 447	28 890	20 223
1/4 str 4C	100 x 134	58 069	38 713	49 466	21 507	15 055
cena za mm/sl 4C	-	144	96	123	54	37

Ceny jsou uvedeny bez DPH.
Další formáty jsou možné.

* Plošná inzerce na stránkách a v rubrikách řádkové inzerce.
Počet sloupců 6.
(Šířka sloupců v mm: 32 - 66 - 100 - 134 - 168 - 202)

METRO EDICE 5PLUS2	Š x V v mm	Total	METRO + METRO EDICE 5PLUS2	Š x V v mm	Total
Ceny inzerce v Kč		pá	Ceny inzerce v Kč		pá
2/1 str.	428 x 286	1 041 040	2/1 str.	428 x 286	1 327 949
1/1 str.	204 x 286	520 520	1/1 str.	204 x 286	746 569
1/2 str. na šířku	204 x 142	258 440	1/2 str. na šířku	204 x 142	374 937
1/2 str. na výšku	99 x 286	260 260	1/2 str. na výšku	99 x 286	374 937
1/3 str. na šířku	204 x 95	172 900	1/3 str. na šířku	204 x 95	249 912
1/4 str. na šířku	204 x 71	129 220	1/3 str. na výšku	80 x 286	249 912
1/4 str. na výšku	99 x 142	129 220	1/4 str. na šířku	204 x 71	189 527
1/8 strany na výšku	99 x 71	64 610	1/4 str. na výšku	99 x 142	187 567
cena za mm/sl.	-	455	cena za mm/sl.	-	545



TECHNICKÉ PODMÍNKY >

ROZMĚR STRANY

Rozměr zrcadla: 204 x 286 mm
Počet sloupců: 5
Šířka sloupce: 38 mm
Při počtu sloupců / Šířka v mm:
1/38 2/80 3/121 4/163 5/204
Minimální výška plošných inzerátů: 15 mm

PODKLADY

Technické podmínky jsou shodné
s technickými podmínkami pro deník
MF DNES, viz strana 18 - 20.



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Deník Metro: vychází v pondělí až pátek
Deník Metro Edice 5plus2:
vychází v pátek

U textových inzerátů, které jsou
po grafické stránce podobné redakčnímu
materiálu, si MAFRA vyhrazuje právo
takový inzerát označit v horní části jeho
plochy nápisem INZERCE o velikosti
10 bodů. Klientovi nevzniká nárok
na snížení ceny inzerátu.

Slevy a příplatky: viz strana 13



NÁŠ TIP! >

Vedle standardních formátů existuje
samostatná nabídka speciálních formátů:
různé formáty na titulní straně, čtyřstrany,
ostrovní inzeráty, inzeráty zvláštních tvarů,
rámy, junior page, přebaly a vlepky.
Vzorník inzerátů a kalkulace ceny
na vyžádání.



PLOŠNÁ INZERCE Ceny inzerce v Kč	Čistý formát Š x V v mm	Zrcadlo sazby Š x V v mm	Cena METRO MWO	Cena METRO MWO MEGA
1/1 standardní strana 4c	210 x 285	181 x 261	190 000	320 000
1/1 4.obálka 4c	210 x 285	181 x 261	260 000	430 000
1/1 vnitřní OB 4c	210 x 285	181 x 261	240 000	400 000
2/1 standardní 4c	420 x 285	391 x 261	300 000	500 000
1. inzertní strana 4c	210 x 285	181 x 261	200 000	330 000
1/2 strany 4c vert.	210 x 140	181 x 128	100 000	170 000
1/2 strany 4c horiz.	102 x 285	88 x 261	100 000	170 000
1/3 strany 4c vert.	210 x 114	181 x 95	70 000	120 000
1/3 strany 4c horiz.	72 x 285	55 x 261	70 000	120 000
1/4 strany 4c horiz.	210 x 84	181 x 65	55 000	90 000
1/4 strany 4c horiz.	102 x 140	88 x 128	55 000	90 000
1/8 strany 4c	102 x 84	88 x 65	30 000	50 000

Ceny jsou uvedeny bez DPH. Další formáty jsou možné.



TECHNICKÉ PODMÍNKY >

210 x 285 mm (š x v)

Papír vnitřek: News 45g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

Papír obálka: 90 g/m² – LK

Tiskový rastr: 52 l/cm (133 lpi)

PODKLADY

Technické podmínky viz strana 18 - 20.



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

METRO men women only:

vychází 9x ročně ve středu

Uzávěrka pro objednávky:

10 pracovních dní před vydáním

TERMÍNY VYDÁNÍ	
11. 2.	Vydání 1
11. 3.	Vydání 2 Mega
15. 4.	Vydání 3
13. 5.	Vydání 4 Mega
17. 6.	Vydání 5
12. 8.	Vydání 6
16. 9.	Vydání 7 Mega
14. 10.	Vydání 8
18. 11.	Vydání 9 Mega



DNES

metro

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

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

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

Počet mm a počet opakování v MF DNES se nesčítá.

Příplatek za umístění:	Příplatek
Plošná inzerce na titulní straně (MF DNES) mimo předdefinované formáty uvedené na str. 4 tohoto ceníku*	350 % z redakční ceny inzerátů
Plošná inzerce na poslední straně (MF DNES)	350 %
plošná inzerce na straně A3 (MF DNES)	100 %

* Nestandardní formáty inzerce na titulní straně jsou možné pouze po dohodě.

Příplatky za umístění v redakční části - inzerát umístěný na jedné straně ve velikosti:	Příplatek
do 1/3 strany**	100 %
do 1/2 strany	50 %
od 1/2 strany	bez příplatku

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

V deníku MF DNES je na redakční straně možný formát již od 278 mm. Pro menší formáty jsou cena a příplatek počítány z velikosti 278 mm.

Příplatek za pevnou pozici***	Příplatek
1. pozice inzerátu (strana A5) o velikosti 1/2 strany a větší	15 %
2. pozice inzerátu (strana A7) o velikosti 1/2 strany a větší	10 %

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

Příplatek za grafické zpracování podkladů	10 %
---	------

Příplatky za uveřejnění pod značkou	Příplatek
vyzvednutí osobně	50 Kč
zaslání poštou, e-mailem	100 Kč
zaslání poštou do zahraničí	300 Kč

Příplatek za sdruženou reklamu	Příplatek
Výrazná prezentace jména, produktu či služby dalšího klienta v rámci inzerce	nutná individuální dohoda o ceně
Nedominantní zveřejnění produktu či služby dalšího klienta v rámci inzerce	15 % z ceny zakázky za každého klienta

NABÍDKA TANDEM – ZVÝHODNĚNÍ OPAKOVANÉ PERSONÁLNÍ INZERCE		
Tandem „2 za 1,5“	2 inzeráty v 8 dnech	sleva 25 %
Tandem „3 za 2“	3 inzeráty v 15 dnech	sleva 30 %

Platí pro MF DNES a M KOMBI

Nabídka Tandem je určena pouze pro personální inzerci vydanou v út, čt, so (MFD), st (Metro).

Výjimky: v MF DNES neplatí pro řádkovou personální inzerci ve vydání Praha-město a ve vydání oblast Praha.

Pravidla: Tandem se zadává jako jedna objednávka, ale každý inzerát je fakturován zvlášť, vždy se slevou 25 % (kombinace dvou inzerátů) nebo 30 % (kombinace tří inzerátů). Na tuto nabídku se nevztahuje možnost kombinačních slev mezi krajskými vydáními.



VZOROVÝ VÝPOČET CENY INZERÁTU >

(základní cena = počet sloupců x výška inzerátu v mm x tarif za 1 mm sloupce)

Celostátní vydání MF DNES, všední den, výška 139 mm, 2 sloupce, plnobarevný inzerát 4C, umístění v redakční části

Velikost inzerátu (2 sloupce x 139 mm)

278 mm

Základní cena (278 mm x 297 Kč)

82 566 Kč

Příplatek za umístění v redakční části (100 % ze 82 566 Kč)

82 566 Kč

Výsledná cena (bez DPH)

165 132 Kč

Celostátní vydání MF DNES, všední den, výška 80 mm, 1 sloupec, sleva za počet opakování, bez požadavku na redakční umístění

Velikost inzerátu (1 sloupec x 80 mm)

80 mm

Základní cena (80 mm x 297 Kč)

23 760 Kč

Sleva za počet opakování (15 % z 23 760 Kč)

- 3 564 Kč

Výsledná cena (bez DPH)

20 196 Kč



DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Příplatek za umístění v křížovce:

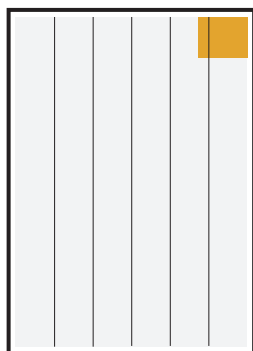
K ceně inzerátu v křížovce (2 sloupce x 55 mm) se připočítává příplatek 25 %.

Příplatek za vázanou inzerci:

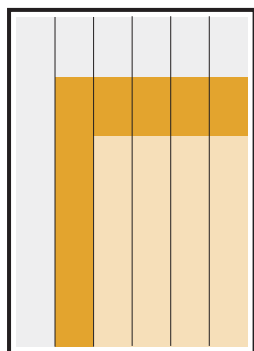
K ceně druhého inzerátu a dalších navázaných se připočítává dodatečný příplatek 15 %.



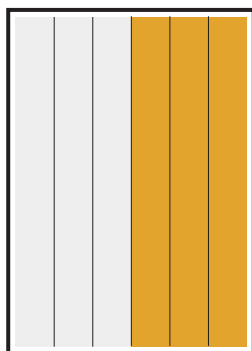
Příklady inzertních formátů



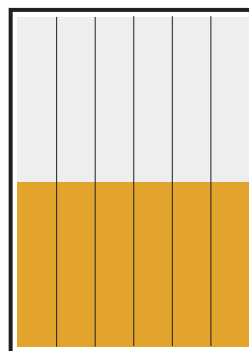
Ucho MF DNES
58 x 48 mm



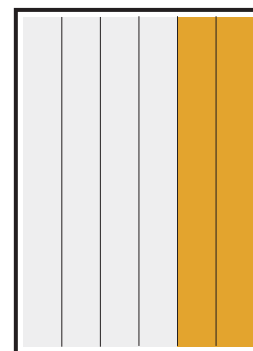
Junior page A
5 sloupců - 237 x 345 mm
Junior page B
4 sloupce - 189 x 276 mm



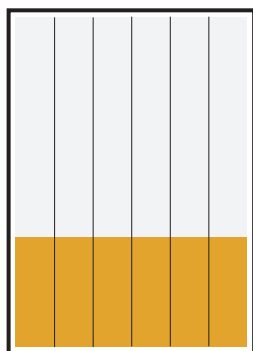
1/2 strany na výšku
3 sloupce - 141 x 435 mm



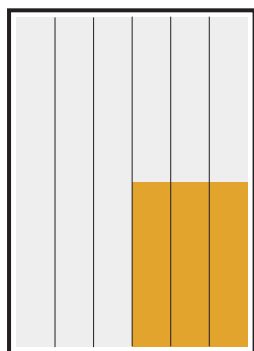
1/2 strany na šířku
6 sloupců - 285 x 217 mm



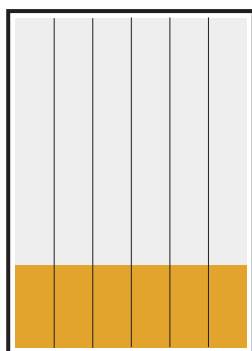
1/3 strany na výšku
2 sloupce - 93 x 435 mm



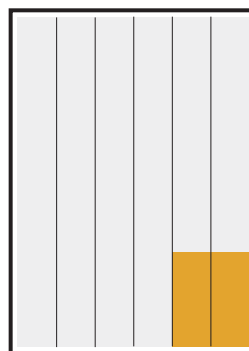
1/3 strany na šířku
6 sloupců - 285 x 145 mm



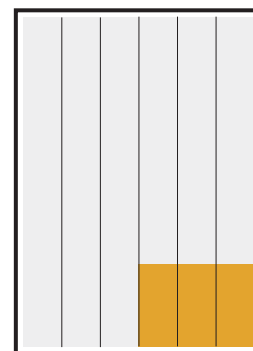
1/4 strany na výšku
(stř. roh) 3 sl. - 141 x 217 mm



1/4 strany na šířku (podval)
6 sloupců - 285 x 109 mm



Malý roh
2 sloupce - 93 x 139 mm



1/8 strany
3 sloupce - 141 x 109 mm

DNES

metro

Ceny v Kč (platí pro vkládání a vsívání)	Deníky: MF DNES	Deník Metro, týdeník	Magazíny: ONA DNES, Téma
do 10g/kus	1,55	1,34	1,71
do 20g/kus	1,77	1,55	2,03
do 30g/kus	1,98	1,77	2,25
do 40g/kus	2,19	1,98	2,57
do 50g/kus	2,41	2,19	2,89

* vklad do celostátního vydání MF DNES, Metro

** vklad do celostátního vydání MF DNES

Po dohodě i jiné případy, např. vložení do celého nákladu konkrétního kraje, všem předplatitelům a podobně.

Při hmotnosti nad 50g/kus bude cena stanovena dohodou (platí i pro vlepování).

Slevy	Opakování	Počet kusů M KOMBI, MFD, Metro
3%	3x	500 000
5%	6x	1 000 000
10%	8x	1 500 000
15%	10x	2 000 000
20%	12x	2 500 000

Vklady ve více krajských vydáních v jeden den od jednoho klienta se počítají jako jeden vklad. Vložené kusy se načítají.

Na vkládanou inzerci se nevztahují slevy z rámcové smlouvy, není-li ve smlouvě uvedeno výslovně jinak.

Uzávěrka pro objednávky:

Pro deníky 7 dnů před uveřejněním.

Pro magazíny 21 dnů před uveřejněním.

Potvrzení objednávky do 3 dnů po dodání makety.

Termíny dodání: deník 3 pracovní dny před uveřejněním.

Týdenní magazín 5 pracovních dnů před uveřejněním.

Návozy je zapotřebí uskutečnit v den uvedený na potvrzení objednávky, ne dříve. Vzhledem k omezeným prostorovým kapacitám tiskáren bude jinak účtováno skladovné ve výši 100 Kč za paletu a den.

Storno poplatky

30–16 dnů před uveřejněním: 50 %

od 15 dnů před uveřejněním: 100 %

Nejpozději 5 pracovních dnů před uveřejněním zákazník dodá 5 ks vzorových příloh do obchodního odd. MAFRA, a. s.

Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.

TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO VKLADY >

1. Vlastnosti a specifikace příloh

Formáty a gramáž pro jednotlivé listy

- nejmenší možný formát 105 x 148mm do magazínu nebo 105 x 210mm do deníku, gramáž použitého papíru nesmí být nižší než 170 g/m², a ne vyšší než 200 g/m²
- pro A4 a A5 – gramáž nesmí být nižší než 120 g/m²
- největší možný formát pro deník 230 x 310 mm, magazín 200 x 270 mm, gramáž papíru 120 g/m²
- větší formáty A2, A3 musí být složeny na A4, gramáž papíru nesmí být nižší než 60 g/m² (A2) nebo 80 g/m² (A3)

Formáty a gramáž pro vícestránkové přílohy (A4, A5 a A6)

- 4 až 6 stran – gramáž použitého papíru nesmí být nižší než 80 g/m² (případně přeložit)
- 8 a více stran – minimální gramáž 52 g/m²

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 lepoprelo nemohou být zpracovány.

U vícestránkových příloh o velikosti A4 musí být ohyb na delší straně. Ořez musí být proveden v pravém úhlu, musí být rovný a hladký, ve velikosti formátu.

Přílohy obsahující vzorky zboží není možné zpracovat, zvláštní formáty jsou zpracovávány až po vyzkoušení.

3. Přeprava a balení příloh

Pro přepravu prospektových příloh je nutno používat stabilní palety. Palety je nutné přesně stohovat, vrstvy prokládat kartonem, vrchní vrstvu přikrýt dřevěným krytem. Balíky v jedné nezkrácené vrstvě (hřbetky 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:

Odesílatel a příjemce, objednavatel vkládání, označení (název) přílohy, termín vkládání, titul a jednotka vykrytí (vydání), 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 %. Při nedodržení pokynů úspěšnost vkladu úměrně klesá a MAFRA, a. s., si vyhrazuje právo na nepřevzetí, resp. nevložení (případně změnu termínu) prospektových příloh!

NÁŠ TIP! >

Tisk i případný grafický návrh prospektové vkládané přílohy, včetně dopravy na místo vložení, je možné zajistit prostřednictvím obchodního oddělení MAFRA, a. s. Kalkulace na vyžádání.



VLEP NA TITULNÍ STRANU Ceny v Kč	Formát (Š x V v mm)	Cena M KOMBI (MFD + METRO)	Cena za 1 titul MF DNES	Cena za 1 titul Metro
štítek A6 (potištěný z jedné nebo dvou stran)	105 x 148	2,68	3,00	3,00
štítek A7 (potištěný z jedné nebo dvou stran)	74 x 105	2,14	2,46	2,46

Ceny jsou uvedeny bez započtení slev a DPH.

Na vlepanou inzerci se nevztahují slevy z rámcové smlouvy, není-li ve smlouvě uvedeno výslovně jinak.

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Uzávěrka pro objednávky: 14 dnů před uveřejněním.

Současně s objednávkou klient dodá vzorek do obchodního odd. MAFRA, a. s.

Termíny dodání do tiskárny: 2 pracovní dny před uveřejněním.

Návozy je zapotřebí uskutečnit v den uvedený na potvrzení objednávky, ne dříve. Vzhledem k omezeným prostorovým kapacitám tiskáren bude jinak účtováno skladovné ve výši 100 Kč za paletu a den.

V případě, že klient nedodá letáky naskládané podle našich technických podmínek, budeme mu účtovat poplatek za jejich přeskládání.



TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO VLEP NA TITULNÍ STRANU NOVIN >

1. Specifikace inzertních štítků

Formáty, druh a gramáž papíru:

- formát A6 (105 x 148 mm) nebo A7 (74 x 105 mm)
- druh papíru - matná nebo lesklá křída bez povrchové úpravy
- minimální gramáž papíru pro formát vlepu A6: 200 g/m², pro formát vlepu A7: 170 g/m².

2. Kvalita dodávky inzertních štítků

Dodané inzertní štítky musí být okamžitě bezzvadně zpracovatelné, aniž by byla nutná dodatečná manuální úprava nebo manipulace.

Inzertní štítky spleené příliš čerstvou barvou, elektrostaticky nabitě nebo zvlhlé nemohou být dále zpracovány.

Inzertní štítky s ohnutými rohy (resp. hranami), zmačkanými přehyby nebo faldy rovněž nemohou být zpracovány.

Ořez musí být proveden v pravém úhlu, ve velikosti formátu, bez nerovností a nesmí vykazovat trhavé řezy tupým nožem na stříhu.

Zpracování inzertních štítků zvláštních formátů není možné.

3. Přeprava a balení inzertních štítků

Balení v krabicích

Pro přepravu inzertních štítků požadujeme používání krabic. Inzertní štítky mohou být uloženy nastojato, nesmí být přetočen rub a líc inzertního štítku, pata inzertního štítku musí být v celé krabici jednotná. Lícovou stranou se myslí ta strana, která nebude přilepena. Inzertní štítky mohou být uloženy v krabicích i nalezato, rovněž nesmí být přetočen

rub a líc inzertního štítku. Pata inzertního štítku musí být v celé krabici jednotná. Inzertní štítky musí být chráněny proti škodám při přepravě (mechanickému namáhání) a proti vniknutí vlhkosti.

Označení krabic

Každá krabice musí být označena těmito údaji: název novin (do kterých se má lepit), mutace, vydání (do kterého se má lepit), počet inzertních štítků v krabici, pořadové číslo krabice.

Balení krabic na paletách

Pro přepravu krabic s inzertními štítky mohou být použity plastové (dřevěné) stabilní Europalety na více použití o rozměrech 80 x 120 cm.

Krabice na paletách je nutné přesně stohovat, aby vnější hrany byly hladké a nepřesahovaly rozměr palety.

Maximální výška stohu včetně palety – 110 cm.

Maximální váha stohu včetně palety – 700 kg.

Palety musí umožňovat najetí vysokozdvižným vozíkem nebo paletovým vozíkem ze všech stran.

Každá paleta musí být zřetelně označena analogicky k dodacímu listu (viz paletová průvodka).

Balení palet

Na dvě strany stohu uložit paletovou průvodku (viz dále). Stoh obalit fólií.

Průvodní doklady inzertních štítků

Údaje na paletové průvodce se musí shodovat s údaji na dodacím listu.

Paletové průvodky se ukládají na dvě strany stohu na paletě a musí obsahovat tyto údaje: název novin, mutace (na které se má lepit), název inzertních štítků (které se mají lepit), datum vydání, počet krabic na paletě, počet inzertních štítků v dodávce celkem, počet palet v dodávce celkem, pořadové číslo palety, váha palety, adresa dodavatele, jméno a telefon. Dodací list musí obsahovat tyto údaje: název novin (na které se má lepit), název inzertních štítků (které se mají lepit), datum vydání, objednatel inzertních štítků, počet palet v dodávce celkem, počet výtisků inzertních štítků v dodávce celkem, datum dodání inzertních štítků od výrobce, odesílatel, příjemce.

4. Tiskárny MafraPrint - kontakty

Tiskárna Praha: Tiskařská 2, 108 00 Praha 10, vedoucí oddělení řízení výroby - tel.: 225 068 403
Tiskárna Olomouc: Pavelkova 7, 772 00 Olomouc, vedoucí oddělení řízení výroby - tel.: 583 803 127

5. Grafické zpracování podkladů pro tisk v MAFRA, a. s.

Podklady v elektronické podobě ve formátu PDF + kontrolní nátisk. Minimální rozlišení 300 dpi. Doporučený ICC profil pro separaci do CMYK – Fogra 39L.

Barvy pouze v režimu CMYK.

Podklady na spádávku 5 mm přes okraj, ořezové značky 4 mm od čistého formátu, bezpečná vzdálenost textu od okraje štítku 4 mm.

NÁŠ TIP! >

Tisk štítků i případný grafický návrh štítků na titulní stranu, včetně dopravy na místo vlepení, je možné zajistit prostřednictvím obchodního oddělení MAFRA, a. s. Kalkulace na vyžádání.



MÍSTA DODÁNÍ LETÁKŮ PRO VKLÁDANOU INZERCÍ A ŠTÍTKŮ PRO VLEP NA TITULNÍ STRANU NOVIN

Místa dodání:	MAFRA, a. s. Tiskárna Praha Tiskařská 2/625 Praha 10, Malešice Tel.: 225 068 403	MAFRA, a. s. Tiskárna Olomouc Pavelkova 7 Olomouc Tel.: 583 803 127	Walstead Moraviapress s.r.o. U Póny 3061 Břeclav Tel.: 224 800 613
Deníky MF DNES, Metro, Metro MWO			
Magazíny Ona DNES, Téma			

 TISK >

**Deníky MF DNES,
Metro, Víkend Dnes, Orientace**

Technika tisku: ofsetový novinový tisk

Barva: barevně na všech stránkách

**Nárůst hodnoty odstínu
ve středních hodnotách:**

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

- **Deník MF DNES 285 x 435 mm** (š x v)

Papír: News 42,5g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

(vychází denně kromě nedělí a svátků)

- **VÍKEND DNES 285 x 435 mm** (š x v)

Papír: News 42,5g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

(vychází každou sobotu kromě svátků)

- **ORIENTACE 285 x 435 mm** (š x v)

Papír: News 42,5g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

(vychází každou sobotu kromě svátků)

- **Deník METRO 204 x 286 mm** (š x v)

Papír: News 42,5g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

(vychází od pondělí do pátku kromě svátků)

MAGAZÍNY (LK = lesklá křída, MK = matná křída)

Technika tisku: ofsetový tisk

Barva: barevně na všech stránkách

- **ONA DNES 210 x 285 mm** (š x v)

Papír: 57 g/m² SC

Tiskový rastr: 52 linek/cm (133 lpi)

(vychází každé pondělí kromě svátků)

- **DNES+TV 210 x 285 mm** (š x v)

Papír vnitřek: Brite 68C, 48,8g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

Papír obálka: 90 g/m² – LK

Tiskový rastr: 52 l/cm (133 lpi)

(vychází každý čtvrtek kromě svátků)

- **SPECIÁL DNES 210 x 285 mm** (š x v)

Papír vnitřek: News 45g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

Papír obálka: 90 g/m² – LK

Tiskový rastr: 52 l/cm (133 lpi)

(vychází každý pátek kromě svátků)

- **Týdeník TÉMA 210 x 285 mm** (š x v)

Papír vnitřek: 57 g/m² LWU

Papír obálka: 115 g/m² – LK

Tiskový rastr: 52 l/cm (133 lpi)

vychází každý pátek kromě svátků)

- **METRO MEN WOMEN ONLY 210 x 285 mm** (š x v)

Papír vnitřek: News 45g/m²

Tiskový rastr: 40 linek/cm (100 lpi)

Papír obálka: 90 g/m² – LK

Tiskový rastr: 52 l/cm (133 lpi)

(vychází jednou měsíčně ve středu)

 FORMÁTY, ZRCADLO, ŠÍŘKA SLOUPCŮ >

MF DNES

(berlínský formát)

Rozměr zrcadla: 285 mm šířka x 435 mm výška

Počet sloupců: 6 / **Šířka sloupce:** 45 mm

Mezera mezi sloupci: 3 mm

Šířka při počtu sloupců:

1 sl.: 45 mm

2 sl.: 93 mm

3 sl.: 141 mm

4 sl.: 189 mm

5 sl.: 237 mm

6 sl.: 285 mm

Minimální výška plošných inzerátů: 15 mm

Víkend

(berlínský formát)

Rozměr zrcadla: 285 mm šířka x 435 mm výška

Počet sloupců: 4

Šířka při počtu sloupců:

2 sl.: 141 mm

4 sl.: 285 mm

Orientace

(berlínský formát)

Rozměr zrcadla: 285 mm šířka x 435 mm výška

Počet sloupců: 5 / **Šířka sloupce:** 54 mm

Mezera mezi sloupci: 4 mm

Šířka při počtu sloupců:

1 sl.: 54 mm

2 sl.: 112 mm

3 sl.: 170 mm

4 sl.: 227 mm

5 sl.: 285 mm

Metro (formát tabloid)

Rozměr zrcadla: 204 x 286 mm

Počet sloupců: 5 / **Šířka sloupce:** 38 mm

Mezera mezi sloupci: 3 mm

Šířka při počtu sloupců:

1 sl.: 38 mm

2 sl.: 80 mm

3 sl.: 121 mm

4 sl.: 163 mm

5 sl.: 204 mm

Minimální výška plošných inzerátů: 15 mm

Základní formáty tabloidní inzerce,

Metro a mimořádné přílohy deníků MF DNES

1/1 strana 204 x 286 mm

1/1 strana – profil firmy 204 x 279 mm

(pouze MF DNES)

1/2 strany – na šířku 204 x 142 mm

1/2 strany – na výšku 99 x 286 mm

1/3 strany – na šířku 204 x 95 mm

1/4 strany – na šířku (podval) 204 x 71 mm

1/4 strany – na výšku (roh) 99 x 142 mm

2/1 panoramatická dvoustrana 428 x 286 mm

Malé formáty – moduly:

1/5 99 x 114 mm

1/6 šířka 204 x 47 mm

1/6 výška 99 x 94 mm

1/8 šířka 204 x 35 mm

1/8 výška 99 x 71 mm

Libovolné formáty **sloupec x výška**



**TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO
DODÁNÍ PODKLADŮ – DENÍKY >**

**Deníky MF DNES, Metro,
Magazín Víkend DNES, příloha Orientace
a mimořádné přílohy deníků MF DNES**

1. PODKLADY

K VÝROBĚ V MAFRA, a. s.:

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

2. PODKLADY

V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ:

Soubory PDF případně EPS nebo PostScript, kompozitní, které mají
zpracované obrázky a fonty. Obrazové polotónové předlohy
s minimálním rozlišením 250 dpi. Vydavatelství může na vyžádání
předložit zákazníkovi vlastní simulovaný nátlak na novinovém
papíru pro barevnou korekturu.

Plnobarevné inzeráty (4C)

Při převodu z RGB do CMYK je nutné
použít parametry převodu definované
vydavatelstvím, případně ICC profil tiskového stroje je k dispozici na
<http://www.mafra.cz/sluzby> – respektive: http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_allcs_pro-inzerenty_mlada-fronta-dnes-s-magaziny.htm&menu=

Dole na www stránce:

Důležité informace a dokumenty

Součet čtyř barev maximálně **200 %** (v neutrální šedé),
tzn.: **maximální pokrytí archu barvou v libovolném
místě nesmí překročit 200 %!**

Při zpracování lze využít vzorník barevné škály v novinovém tisku
MAFRA, a. s., který vám poskytneme na vyžádání.

Podrobné technické podmínky naleznete v technických podmínkách
na internetu:

<http://www.mafra.cz/sluzby>.

Přenos dat: e-mail, FTP, online úschovny

Do dokumentu ne vkládat pasovací značky ani spadávku.

Pro černé písmo nepoužívat barvu
složenou ze všech CMYK barev.



TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO
DODÁNÍ PODKLADŮ – **MAGAZÍNY** >

MAGAZÍNY ESPRIT, TÉMA, ONA DNES

1. PODKLADY K VÝROBĚ V MAFRA, a. s.:

Polotónové, kvalitní fotografie, loga ve křivkách.

2. PODKLADY V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ: Soubory PDF, případně EPS nebo PostScript, kompozitní, které mají zapracované obrázky a fonty. Obrazové polotónové předlohy s minimálním rozlišením 300 dpi. Pro kontrolu nátisk. Součet čtyř barev max. 300 %. Podklady na spadávku 5mm přes okraj, ořezové značky 4 mm od čistého formátu, bezpečná vzdálenost textu od okraje strany 5mm. Barvy pouze v režimu CMYK, další přímé barvy nejsou možné. Podrobné technické podmínky na <http://www.mafra.cz/sluzby>.

Přenos dat: e-mail, FTP, online úschovny

MAGAZÍNY DNES+TV, SPECIÁL DNES, MAJÍ JINÝ PAPIR UVNITŘ A JINÝ NA OBÁLCE

1. PODKLADY K VÝROBĚ V MAFRA, a. s.:

Polotónové, kvalitní fotografie, loga ve křivkách.

2. PODKLADY V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ: Soubory PDF případně EPS nebo PostScript, kompozitní, které mají zapracované obrázky a fonty. Obrazové polotónové předlohy s minimálním rozlišením 300 dpi. Pro kontrolu nátisk.

Součet čtyř barev max. 200 %.

Podklady na spadávku 5mm přes okraj, ořezové značky 3 mm od čistého formátu, bezpečná vzdálenost textu od okraje strany 5mm.

Barvy pouze v režimu CMYK, další přímé barvy nejsou možné. Podrobné technické podmínky na <http://www.mafra.cz/sluzby>.

Přenos dat: e-mail, FTP, online úschovny

INZERCE NA OBÁLCE A CELOSTRÁNKOVÁ INZERCE:

Pro obrázky v inzerci je vhodné použít ICC profil **PSO_LWC_Standard_basICC**, který je ke stažení na našich webových stránkách:

<http://www.mafra.cz/sluzby> – respektive: <https://www.mafra.cz/priloha-icc-profil-magaziny/>

Dole na www stránce: Důležité informace a dokumenty

Zde najdete jak profily pro přeložení obrázků, tak pro správné uložení tiskového PDF.

INZERCE UVNITŘ ČASOPISU:

viz. TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO DODÁNÍ PODKLADŮ - DENÍKY

Pro obrázky v inzerci je vhodné použít ICC profil **ISOnewspaper26v4**, který je ke stažení na našich webových stránkách:

<http://www.mafra.cz/sluzby> – respektive: <https://www.mafra.cz/priloha-icc-profil/>

Dole na www stránce: Důležité informace a dokumenty

Zde najdete jak profily pro přeložení obrázků, tak pro správné uložení tiskového PDF.

U magazínů oproti deníkům vkládejte do tiskového PDF pasovací značky i spadávku.

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 tištěných médiích vydavatelství, jejichž aktuální seznam je uveden na adrese: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx>,
- b) v internetových médiích vydavatelství, jejichž aktuální seznam je uveden na adrese: <https://www.mafra.cz/portfolio.aspx?cat=internet>,
- c) v rámci kombinovaných nabídek jako jsou MKOMBI,
- d) v televizním vysílání hudební stanice ŮČKO, ŮČKO Star, ŮČKO Black a ŮČKO Expres
- e) v rámci platformy pro sdílení videonahrávek Rajče a
- f) v ostatních tiskovinách a jiných médiích, platformách a službách vydávaných, provozovaných či zastupovaných vydavatelstvím.

Komunikační média, platformy a služby uvedené shora pod písmeny a) až f) 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) a f) 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, dále prospektová příloha, tedy externí příloha některého z těchto médií, a štitky na titul, pokud je takové sdělení šířeno za úplaty nebo jinou protihodnotu. V případě elektronických médií a služeb uvedených pod písmeny b), d) e) a f) 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 úplaty nebo jinou protihodnotu, včetně komerčních článků, 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. Zadavatel je však povinen vydavatelství na vyžádání sdělit identitu osoby, jež si u něj šíření reklamy objednala a osoby, v jejíž prospěch byla reklama šířena; ustanovení čl. III odst.2 a 4 tím nejsou dotčena.

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, e-mailovou korespondencí). Objedávka však může být učiněna také ústně.

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

3. K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky učiněné zadavatelem ze strany vydavatelství. Vydavatelství potvrdí objednávku ústně či písemně (dopisem,

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. Pokud je vydavatelství zpracovatelem reklamy zadavatele ve smyslu ustanovení § 1 odst. 6 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, je zadavatel oprávněn užít reklamu pouze v médiích vydavatelství. K užití takové reklamy v jiných médiích či jiným způsobem je zadavatel oprávněn pouze na základě uzavření zvláštní licenční smlouvy s vydavatelstvím.

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

2. V případě, že reklamy budou využívat prvky (zejména tzv. síťové identifikátory) umožňující sledování chování uživatele (cookies apod.) či zpracovávající osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy a zpracování získaných údajů s právními předpisy, zejména nařízením (EU) 2016/679, směrnici (EU) 2002/58, zákonem 127/2005 Sb. a kapitolou III nařízení (EU) 2024/900 (či předpisy je nahrazujícími) a je správcem takových údajů on (či jiná s ním spolupracující osoba, která splňuje podmínky pro postavení správce ve smyslu nařízení (EU) 2016/679). Je zejména zakázáno využívat takové údaje jinak, než pro účely běžného cílení reklamy a zpracovávat zvláštní kategorie údajů ve smyslu č. 9 a údaje podle čl. 10 nařízení (EU) 2016/679. Zároveň je zakázáno provádět cílení reklamy na osoby mladší 18 let. Vydavatelství nezískává pro zadavatele (či příslušného správce) žádné souhlasy se zpracováním osobních údajů či užitím výše uvedených prvků, ledaže by to bylo zvlášť písemně dohodnuto; pokud vydavatelství bude získávat pro zadavatele (správce) takové souhlasy, zavazuje se zadavatel užívat takové údaje pouze k účelům, k nimž byl takto získán souhlas či k nimž bude oprávněn podle relevantních právních předpisů (ustanovení předchozí věty přitom není dotčeno). Zadavatel se zavazuje řádně informovat uživatele o probíhající zpracování jejich osobních údajů. Zadavatel se zavazuje poskytnout vydavatelství na jeho žádost odkaz na internetovou stránku obsahující v zákonem stanoveném rozsahu informace o zpracování takových údajů ze strany zadavatele (správce) v českém jazyce a takovou stránku udržovat aktuální a bez omezení přístupnou. Pokud vydavatelství implementuje obecně užívaný systém pro získávání souhlasů provozovaný třetí osobou (zejména IAB Europe Transparency and Consent Framework 2.2), zadavatel se, pokud bude jeho prostřednictvím po dohodě s vydavatelstvím získávaný souhlas se zpracováním osobních údajů, zavazuje dodržovat podmínky stanovené pro účast v takovém systému a pro nakládání s dotčenými údaji a zavazuje se zajistit, že je bude dodržovat i příslušný správce osobních údajů. Zadavatel se na své náklady a odpovědnost zavazuje řádně akceptovat změnu a zrušení souhlasů či vyjádření námitek předané mu (i) vydavatelstvím, (ii) v rámci takového výše uvedeného systému či (iii) jinak ze strany příslušného uživatele a řádně a včas vyřizovat žádosti uživatelů v rámci výkonu jejich práv podle nařízení (EU) 2016/679, případně dalších relevantních právních předpisů a to i tehdy, pokud mu byly předány přímo vydavatelstvím. Výše uvedeným není dotčeno právo vydavatelství využívat jím sbírané údaje samostatně. Zadavatel je plně zodpovědný za dodržování pravidel pro předávání údajů mimo Evropskou unii, zejména je povinen zajistit dodržování pravidel uvedených v kapitole V nařízení (EU) 2016/679 a řádně o předávání mimo EU informovat uživatele. Žádné údaje získané samostatně zadavatelem v souvislosti s internetovými stránkami vydavatelství nesmí být užívány k podpoře aktivit konkurenčních vydavatelství.

Zadavatel se v případě reklam, které mají být zobrazovány na online platformách vydavatelství ve smyslu nařízení EU č. 2022/2065, zavazuje předávat vydavatelství na své náklady společně s reklamou ve formátu stanoveném vydavatelstvím a v době stanovené vydavatelství (případně i v reálném čase) údaje potřebné pro splnění povinností vydavatelství stanovených v tomto nařízení (zejména jeho čl. 26).

Vydavatelství může stanovit, že pro zobrazování údajů stanovených tímto nařízením bude využit technický systém třetí strany (např. organizace IAB Europe). V takovém případě je zadavatel povinen zajistit na své náklady napojení na takový systém.

Zadavatel se zavazuje ohledně reklam zajistit zvýšenou ochranu nezletilých osob. Zadavatel se zejména zavazuje v případě reklam, které mají být zobrazovány na online platformách vydavatelství ve smyslu nařízení EU č. 2022/2065, zavést vhodná a přiměřená opatření, kterými zajistí vysokou míru soukromí, bezpečnosti a ochrany nezletilých osob a nepředávat ke zobrazení reklamy, které by byly založené na profilování ve smyslu čl. 4 bodu 4 nařízení (EU) 2016/679 za použití osobních údajů nezletilých osob nebo na profilování, jež se opírá o zvláštní kategorie osobních údajů uvedené v čl. 9 odst. 1 nařízení (EU) 2016/679.

V případě, kdy bude zadávána reklama, jež představuje službu politické reklamy ve smyslu čl. 3 bodu 5 nařízení (EU) 2024/900, je zadavatel povinen na tuto skutečnost vydavatelství při zadávání reklamy písemně upozornit, a zajistit řádné vyplnění formuláře stanoveného vydavatelstvím. Zároveň je povinen poskytnout vydavatelství úplně a přesně a bez zbytečného odkladu písemně veškeré potřebné informace, např. o splnění podmínek podle čl. 5 odst. 2 nařízení (EU) 2024/900 a příslušné informace nezbytné ke splnění požadavků podle čl. 9 odst. 1, čl. 11 odst. 1 a čl. 12 odst. 1 tohoto nařízení. Zadavatel je povinen informovat vydavatelství bezodkladně písemně o změnách údajů či zjištěných chybách v nich a jejich případných doplněních. Zadavatel je povinen bezodkladně, úplně a přesně poskytnout vydavatelství i další potřebnou součinnost a informace ke splnění povinností vydavatelství podle nařízení (EU) 2024/900. Zadavatel je povinen zajistit, aby kreativa dotčené reklamy obsahovala veškeré tímto nařízením a prováděcími předpisy k němu (zejména nařízením (EU) 2025/1410) předepsané informace a prvky. Pro případ, kdy bude za vydavatele politické reklamy považováno jak vydavatelství, tak zadavatel (či jiná osoba s ním spolupracující), zadavatel zajistí, že veškeré povinnosti vydavatele politické reklamy splní on, resp. příslušná s ním spolupracující osoba, a to na své náklady.

3. Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro požadované tiskové médium, kvalitu vysílání či zobrazení běžnou pro požadovaná elektronická média, a to v rámci možností daných dodanými podklady. V případě rozdílu ve statistikách online reklamy vycházejícího z důvěryhodného měření třetích stran bude akceptován rozdíl maximálně 10 % oproti statistice reklamního systému vydavatelství, a to podle uvážení vydavatelství.

4. Zadavatel je plně odpovědný za obsah reklamy. Zadavatel se zavazuje, že reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, principy poctivého jednání a zásadami poctivého obchodního styku, a že šířením reklamy nebudou neoprávněně zasažena práva a oprávněné zájmy třetích osob (zejména, nikoliv však jen, právo na ochranu osobnosti fyzických osob, právo na ochranu dobré pověsti právnických osob, autorská práva, práva související s právem autorským a práva k ochranné známce), a nebudou ani porušeny obecně závazné právní předpisy, zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění, zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, zákon č. 242/2022 Sb., o službách platform pro sdílení videonahrávek (zejména nebude obsahovat prvky zakázané podle § 7 tohoto zákona), nařízení (EU) 2022/2065, 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 výrobce zvukových a zvukově obrazových záznamů, a to výlučně pokud se jedná o odměnu za šíření reklamy ve vysílání rozhlasových nebo televizních stanic. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na hazardní hry provozované bez základního povolení podle zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách či předpisů jej nahrazujících. Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavatelství či 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 zavazuje, že reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu se zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, zejména nebude obsahovat klamavé nebo nekalé obchodní praktiky. Zadavatel se zavazuje dodržovat také veškerá omezení týkající se volební inzerce podle příslušných volebních zákonů (např. zákon č. 491/2001 Sb., o volbách do zastupitelstev obcí, zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, zákon č. 275/2012 Sb., volbě prezidenta republiky, zákon č. 234/2025 Sb. o volebních kampaních a o transparentnosti a cílení politické reklamy apod.).

5. Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Vydavatelství není povinno provedenou reklamu archivovat. Zadavatel potvrzuje, že řádně plní své povinnosti archivovat reklamu a další s ní související údaje, zejména povinnost podle § 7a zákona č. 40/1995 Sb. a čl. 9 odst. 3 a 19 odst. 1 nařízení (EU) 2024/900 na vyžádání vydavatelství se zadavatel zavazuje mu poskytnout bez zbytečného odkladu takovou

kopii reklamy šířené vydavatelstvím a souvisejících údajů vč. informací o rozsahu a době šíření.

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 sjednaného v rámcové smlouvě, není-li v ní výslovně sjednána kratší lhůta. Pro jednotlivá média a dále pro reklamu v celostátním vydání Mladé fronty DNES, v krajských vydáních Mladé fronty DNES, pro reklamu v Magazínu DNES + TV, a v deníku Metro a pro reklamu v podobě externí přílohy je nutno vždy uzavřít zvláštní rámcovou smlouvu. Vydavatelství je oprávněno některé mediáty 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 ŮČKO) 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 EUR a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

7. Vydavatelství je oprávněno smlouvu písemně vypovědět v případě, že přestane vydávat či provozovat dotčené médium, k němuž se tato smlouva vztahuje, či to bude mít v úmyslu v nejbližších 90 dnech; vztahuje-li se smlouva k vícero médiím, je vydavatelství oprávněno smlouvu částečně vypovědět v rozsahu týkajícím se zanikajícího média. Výpovědní doba činí 10 dní od doručení výpovědi zadavateli.

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, nebo bude zakázáno šířit či jinak zpracovávat reklamu pro tohoto zadavatele či jím zastupovanou osobu,
- 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 ŮČKO) hudební sestavu 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 užití hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku,
- j) v případě, kdy zadavatel odmítne podepsat zvláštní slib odškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech vydavatelstvím požadován,
- k) v případě, kdy zadavatel bude v reklamě vázat poskytnutí dalších informací na zaslání PR SMS a/nebo volání na telefonní čísla se zvláštním tarifem, ledaže se bude jednat o běžné reklamní soutěže a akce,
- l) v případě, kdy se bude jednat o anonymní reklamu týkající se voleb po dobu volební kampaně podle volebních zákonů nebo reklamu, která nesplňuje další požadavky volebních zákonů a/nebo
- m) v případě, kdy zadavatel nepředá společně s objednávkou potřebné informace podle těchto všeobecných obchodních podmínek nebo právních předpisů.
- 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, bude-li tím možné závadnost reklamy odstranit. Při opakovaném odmítnutí reklamy jednoho zadavatele z důvodů uvedených v tomto odstavci má vydavatelství právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

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

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

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

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

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

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

8. Pokud si zadavatel objedná v tištěných či internetových médiích graficky nezpracovanou reklamu, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem, není však povinnou prověřovat, zda se na reklamu mají vztahovat podmínky podle zvláštních právních předpisů (např. nařízení (EU) 2024/900); o tom je zadavatel vždy povinen vydavatelství předem písemně informovat a předat mu potřebné podklady a poučení k jejich aplikaci. 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 obsahu ani vzhledem k ostatním reklamám.

12. Vydavatelství je oprávněno reklamu uveřejněnou v jeho médiích používat v přiměřeném rozsahu k propagaci, pokud bude zobrazena současně s tímto médiem. Zadavatel bere na vědomí, že média vydavatelství jsou obvykle dostupná bez časového omezení (např. v rámci online archivů).

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 a náklady (žádost 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. Doklad o šíření reklamy není zadavatel oprávněn využít k jiným účelům, než kontrole, jak byla reklama šířena.

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 přiměřených a včasných platbách předem.

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

7. Slevy uvedené v právě platném ceníku jsou poskytovány pouze na reklamu jednoho inzerenta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku, není-li písemně sjednáno jinak. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.

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

9. Bude-li zadavatel i přes upomínku vydavatelství v prodloužení 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 na jiný den, platí v tento den pro reklamu v deníku čtvrtletní (MF DNES) tarif.

11.

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

12.

Kombinované zakázky (M Kombi) jsou zadávány jako jedna objednávka, která je fakturována vždy po prvním otisku.

13.

Zadavatel souhlasí s tím, že mu budou faktury zasílány pouze elektronicky na jeho e-mailovou adresu. Vydavatelství může také uzavřít se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zasílání daňových dokladů (faktur) ze strany MAFRA, korespondenci obou smluvních stran týkající se vystavených daňových dokladů, dokládání uveřejnění inzerce v tištěných médiích MAFRA) bude komunikace zajišťována obvykle elektronickými prostředky.

14.

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

15.

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

16.

Na webové adrese <http://www.mafra.cz/priloha-cenik-dph/> lze najít konečnou ceníkovou cenu inzerce včetně DPH u vybraných formátů MF DNES 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, odvislání či jiného šíření 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 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. také 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 a není povinno hradit jinou, než skutečnou škodu. Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.

5.

Text reklamy je zadavateli zasílán (způsobem určeným vydavatelstvím) ke korekturám pouze na výslovnou písemnou žádost zadavatele a pouze v případě, kdy je to z časových důvodů možné a obvyklé. Zadavatel zodpovídá za správnost a úplnost jím provedených korektur; zadavatel je povinen zaslat vydavatelství korektury písemně, jinak k nim vydavatelství není povinno přihlížet. Vydavatelství stanoví zadavateli přiměřenou (z hlediska možností vydavatelství) lhůtu pro provedení korektury; nebude-li tato lhůta stanovena, činí 12 hodin. Nedoručí-li zadavatel korektury

do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit reklamu ve verzi 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 EUR 4,-) za každou další korekturu. Vydavatelství je oprávněno o tuto částku navýšit příslušnou fakturu za uveřejnění reklamy. Bude-li zadavatel požadovat v rámci korektur jiné změny než opravy chyb, může vydavatelství tuto změnu odpovídajícím způsobem zpoplatnit.

6.

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

7.

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

VIII. OCHRANA DAT, OBCHODNÍ SDĚLENÍ

1.

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

2.

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

3.

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

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), není-li stanoven v rámci ceníků jednotlivých produktů jiný stornoplatek. 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 požadovat storno poplatek ve výši 100 % sjednané ceny, není-li stanoven v rámci ceníků jednotlivých produktů jiný stornoplatek.

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 uzavírání smlouvy stanovené zákonem č. 340/2015 Sb. Smluvní strany se dohodly, že vydavatelství je v případě marného uplynutí lhůty stanovené pro zaslání takové smlouvy správcí registru k uveřejnění oprávněno od smlouvy odstoupit. Vydavatelství má však zároveň právo zajistit uveřejnění smlouvy samostatně, pokud zadavatel neuveřejní smlouvu do 15 dnů ode dne jejího uzavření, nebo má-li k tomu jiný rozumný důvod. Vydavatelství může požadovat náhradu škody nebo nemajetkové újmy způsobené porušením smluvní povinnosti zadavatele uveřejnit smlouvu řádně a včas. Pro odstranění pochybností je sjednáno, že toto ustanovení je oddělitelné od ostatního obsahu a případná neúčinnost nebo neplatnost smlouvy z důvodu jejího neuveřejnění nezpůsobuje neúčinnost nebo neplatnost tohoto ustanovení.

V případě, že tento zákon umožňuje vyloučit ze zveřejnění některé části smlouvy či informace, zadavatel takové části smlouvy či informace ze zveřejnění vyloučí. Zadavatel se zavazuje přistupovat k obsahu této smlouvy jako ke svému obchodnímu tajemství. Uveřejnění smlouvy v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb. nezabývá smluvní strany povinnosti mlčenlivosti ohledně jejího obsahu. 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 jednáním 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,
- převzetí majetku,
- postoupení smlouvy,
- jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směnek) či podílů v jiných osobách,
- dohoda o narovnání,
- vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).

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

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

12. Jakékoliv reklamní nabídky vydavatelství formou reklamy a informace uvedené v jeho cenících a nebo 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, § 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 (zadavatel) nesplní některou splátku, ujednaly smluvní strany, že věřitel (vydavatelství) má právo na vyrovnání celé pohledávky a toto právo může uplatnit i po splatnosti nejbližší splátky.

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

19. Vydavatelství je oprávněno započíst jakoukoliv svoji splatnou pohledávku vůči zadavateli proti pohledávkám zadavatele za vydavatelstvím, a to bez ohledu na to, zda jsou tyto pohledávky splatné či nikoliv a bez ohledu na měnu nebo právní vztah, z 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 u osob, které nemají jiný příslušný soud v České republice, 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:

- 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 nákladu 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
- nepředvídatelných změn na trhu.

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

XI. ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ PRO SMLOUVY UZAVÍRANÉ DISTANČNÍM ZPŮSOBEM A NEBO MIMO OBCHODNÍ PROSTORY SE SPOTŘEBITELI

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

- a) při uzavírání smlouvy o uveřejnění reklamy je cena reklamy stanovena dle platného ceníku vydavatelství umístěného na www.mafra.cz, a to s případnou slevou podle uzavřené smlouvy,
- b) s ohledem na charakter smlouvy nevznikají spotřebiteli žádné náklady na dodání služby,
- c) vydavatelství si vyhrazuje právo požadovat platbu předem,
- d) ke sjednané ceně bude vydavatelství účtovat pouze zákonnou daň z přidané hodnoty, jiné daně, poplatky ani náklady nebudou účtovány, ledaže by byly zavedeny po uzavření smlouvy a podle zákonných předpisů zatěžovaly poskytnutí příslušné služby,
- e) písemně uzavřená smlouva bude archivována u vydavatelství a spotřebitel je oprávněn do ní kdykoliv nahlédnout na základě písemné žádosti a prokázání jeho totožnosti,
- f) k uzavření smlouvy nejsou nutné žádné technické kroky, výjma kontaktu s příslušným pracovníkem inzertního oddělení vydavatelství,
- g) zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
- h) pro vydavatelství nejsou závazné žádné kodexy chování týkající se uveřejňování reklam, neboť žádné takové kodexy nebyly vydány,
- i) smlouva může být uzavřena pouze v českém či slovenském jazyce.

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

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

4.
Formulář pro odstoupení od smlouvy podle odst. 2 je k dispozici zde: <https://casopisy.mafra.cz/odstoupeni>.

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

6.
V případě, že dojde mezi vydavatelstvím a spotřebitelem ke vzniku spotřebitelského sporu z kupní smlouvy nebo ze smlouvy o poskytování služeb, který se nepodaří vyřešit vzájemnou dohodou, může spotřebitel podat návrh na mimosoudní řešení takového sporu určenému subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, kterým je Česká obchodní inspekce Ústřední inspektorát - oddělení ADR
Štěpánská 15
120 00 Praha 2
E-mail: adr@coi.cz
Web: adr.coi.cz

Mediace je upravena zákonem č. 202/2012 Sb. o mediaci a o změně některých zákonů.

Orgánem dohledu, na nějž je možné se obrátit se stížností, je Česká obchodní inspekce (www.coi.cz).

XII. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. 1. 2026.

mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNÝ

ÚDAJE O SPOLEČNOSTI >

MAFRA, a. s.
Anděl Media Centrum,
Karla Engliše 519/11, 150 00 Praha 5

e-mail: inzerce@mafra.cz

www stránky:
<http://www.mafra.cz/sluzby>
<http://www.mafra.cz>

IČO: 45313351
DIČ: CZ45313351

zápis v OR: MS v Praze, B/1328
bankovní spojení: KB Praha 5

č. účtu: 121 89 42 011/0100

SWIFT CODE: KOMBCZPPXXX
IBAN: CZ9301000000001218942011

Platební podmínky
Splatnost faktur je 14 kalendářních dnů ode dne vystavení daňového dokladu (pokud není dohodnuto jinak).

Datem úhrady se rozumí datum připsání platby na účet dodavatele.

Variabilní symbol platby tvoří číslo faktury, případně číslo opravného daňového dokladu.

DPH
Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH. Výsledná cena objednávky obsahuje DPH ve výši stanovené zákonem.

Obchodní podmínky
Platí všeobecné obchodní podmínky společnosti MAFRA, a. s. (viz strany 21–36).

INZERCE V TISKU

Servis centrum MAFRA
(centrální prodej inzerce a služby zákazníkům)
Tel.: 22506 3441, 3446
E-mail: scentrum@mafra.cz
Otevírací doba: po–pá 9–17 hod.

Mediální agentury a klíčoví zákazníci
Tel.: 22506 3437

Agenturní příjem inzerce
Tel.: 22506 3403, 3431, 3453
E-mail: inzerce.agentury@mafra.cz

Inzerce personálních agentur
Tel.: 22506 3412
E-mail: personalni.agentury@mafra.cz

Inzerce zahraničních klientů
Tel.: 22506 3434
E-mail: advertising@mafra.cz

Vkládaná inzerce
Tel.: 22506 3403

OBCHODNÍ ÚČTÁRNA
Tel.: 22506 3407

REKLAMA NA INTERNETU
Obchodní manažeři
Tel.: 22506 3343, 3346
E-mail: reklama@idnes.cz, reklama@lidovky.cz

Mediální manažeři
Tel.: 22506 3493
E-mail: reklama@idnes.cz

DENÍK METRO
Praha: Tel.: 22506 5129
E-mail: sales@metro.cz

Agenturní prodej
Tel.: 22506 5120
E-mail: sales@metro.cz

REGIONÁLNÍ INZERCE V TISKU A ON-LINE

Praha a Střední Čechy
Jakub Urban
Tel.: +420 734 517 483
E-mail: Jakub.Urban@mafra.cz

Severní Čechy Liberec
Věra Novotná
Tel.: +420 725 397 267
E-mail: Vera.Novotna@mafra.cz

Ústí nad Labem
Věra Novotná
Tel.: +420 725 397 267
E-mail: Vera.Novotna@mafra.cz

Západní Čechy
Milena Seidlerová
Tel.: +420 775 347 752
E-mail: Milena.Seidlerova@mafra.cz

Jižní Čechy
Jakub Kolb
Tel.: +420 724 256 067
E-mail: Jakub.Kolb@mafra.cz

Východní Čechy
Václav Veselý
Tel.: +420 702 021 398
E-mail: Vaclav.Vesely@mafra.cz

Moravskoslezský kraj
Petr Mlynář
Tel.: +420 602 135 152
E-mail: Petr.Mlynar@mafra.cz

Olomoucký kraj
Petr Mlynář
Tel.: +420 602 135 152
E-mail: Petr.Mlynar@mafra.cz

Zlínský kraj
Petr Mlynář
Tel.: +420 602 135 152
E-mail: Petr.Mlynar@mafra.cz

Jižní Morava
Marek Vysloužil
Tel.: +420 734 517 472
E-mail: Marek.Vyslouzil@mafra.cz

Vysočina
Marek Vysloužil
Tel.: +420 734 517 472
E-mail: Marek.Vyslouzil@mafra.cz

Kontakty na konkrétní mediální manažery, garanty příloh a obchodníky naleznete na našich webových stránkách: <http://www.mafra.cz/kontakty-obchod/>.

mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

[illegible]

MAFRA, a.s. / Anděl Media Centrum
Karla Engliša 519/11 / 150 00 Praha 5
www.mafra.cz