5 PLUS 2

CENÍK

týdeníku 5plus2 platný od 1. 1. 2021

Týdeník 5plus2 vychází ZDARMA každý pátek a je tak největším týdeníkem na českém trhu.

Společně s televizním programem na celý týden přináší čtenářům informace přímo z jejich okresu včetně sportu, společnosti a kultury. Důraz klade na zábavné zpracování, poutavé příběhy místních lidí a praktické informace. Součástí každého vydání je také křížovka a celostátní rubrika Showbyznys se zprávami ze společnosti. Týdeník pravidelně přináší rozhovory s pozoruhodnými osobnostmi, stránku o vaření a další témata. Týdeník 5plus2 vychází ve všech okresech České republiky ve speciálních mutacích. Nabízí tak možnost masivního a současně velmi přesně cíleného zásahu. Čtenáři jej pravidelně získávají v jednom ze 6.000 distribučních míst v ČR.

Část nákladu je rozdána prostřednictvím kamelotů a distribučních stojanů, další část je doručována formou neadresné distribuce přímo do schránek a konečně část nákladu se distribuuje společně s deníkem Metro, se kterým tvoří inzertní kombinaci XXL.

Cena 4C inzerce v Kč	Š x V v mm	Total	Praha	Střední Čechy	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Jihočeský kraj	Královéhradecký kraj	Pardubický kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Jihomoravský kraj	Moravskoslezský kraj	Olomoucký kraj	Zlínský kraj	Vysočina
2/1 strany	428 x 286	972 400	248 262	171 600	102 960	80 080	102 960	102 960	102 960	114 400	91 520	171 600	171 600	102 960	102 960	102 960
1/1 strana	204 x 286	486 200	165 500	85 800	51 480	40 040	51 480	51 480	51 480	57 200	45 760	85 800	85 800	51 480	51 480	51 480
1/2 strany na šířku	204 x 142	243 100	83 580	42 600	25 560	19 880	25 560	25 560	25 560	28 400	22 720	42 600	42 600	25 560	25 560	25 560
1/2 strany na výšku	99 x 286	243 100	83 580	42 900	25 740	20 020	25 740	25 740	25 740	28 600	22 880	42 900	42 900	25 740	25 740	25 740
1/3 strany na šířku	204 x 95	161 500	55 940	28 500	17 100	13 300	17 100	17 100	17 100	19 000	15 200	28 500	28 500	17 100	17 100	17 100
1/4 strany na šířku	204 x 71	120 700	42 200	21 300	12 780	9 940	12 780	12 780	12 780	14 200	11 360	21 300	21 300	12 780	12 780	12 780
1/4 strany na výšku	99 x 142	120 700	42 200	21 300	12 780	9 940	12 780	12 780	12 780	14 200	11 360	21 300	21 300	12 780	12 780	12 780
1/5 strany na šířku	204 x 57	96 900	33 900	17 100	10 260	7 980	10 260	10 260	10 260	11 400	9 120	17 100	17 100	10 260	10 260	10 260
1/5 strany na výšku	99 x 114	96 900	33 900	17 100	10 260	7 980	10 260	10 260	10 260	11 400	9 120	17 100	17 100	10 260	10 260	10 260
1/6 strany na šířku	204 x 47	79 900	28 300	14 100	8 460	6 580	8 460	8 460	8 460	9 400	7 520	14 100	14 100	8 460	8 460	8 460
1/6 strany na výšku	99 x 94	79 900	28 300	14 100	8 460	6 580	8 460	8 460	8 460	9 400	7 520	14 100	14 100	8 460	8 460	8 460
1/8 strany na šířku	204 x 35	59 500	21 350	10 500	6 300	4 900	6 300	6 300	6 300	7 000	5 600	10 500	10 500	6 300	6 300	6 300
1/8 strany na výšku	99 x 71	60 350	21 350	10 650	6 390	4 970	6 390	6 390	6 390	7 100	5 680	10 650	10 650	6 390	6 390	6 390
Cena za 1 mm/1 sl.		425	151	75	45	35	45	45	45	50	40	75	75	45	45	45

SPECIÁLNÍ FORMÁTY																
Ucho na titulu	37 x 70	133 875	47 565	23 625	14 175	11 025	14 175	14 175	14 175	15 750	12 600	23 625	23 625	14 175	14 175	14 175
Podval na titulu	204 x 57	436 050	154 926	76 950	46 170	35 910	46 170	46 170	46 170	51 300	41 040	76 950	76 950	46 170	46 170	46 170
Inzerát v TV programu I.	47 x 50	25 500	22 650	4 500	2 700	2 100	2 700	2 700	2 700	3 000	2 400	4 500	4 500	2 700	2 700	2 700
Inzerát v TV programu II.	99 x 50	51 000	45 300	9 000	5 400	4 200	5 400	5 400	5 400	6 000	4 800	9 000	9 000	5 400	5 400	5 400
Inzerát v TV programu III.	152 x 50	76 500	67 950	13 500	8 100	6 300	8 100	8 100	8 100	9 000	7 200	13 500	13 500	8 100	8 100	8 100

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Ceny jsou uvedeny bez DPH. Další formáty jsou po domluvě možné.

Slevy a příplatky: viz strana 6.

Uzávěrka pro objednávky: 8 pracovních dnů před uveřejněním. (Úterý)
Uzávěrka pro hotové podklady: 5 pracovních dnů před uveřejněním. (Pátek)
Uzávěrka pro podklady k výrobě v MAFRA, a.s.: 6 pracovních dnů před uveřejněním. (Čtvrtek)

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

Cena 4C inzerce v Kč	Š x V v mm	Okresní vydání I.	Okresní vydání II.	Okresní vydání III.	Okresní vydání IV.
2/1 strana	428 x 286	68 640	80 080	118 976	102 960
1/1 strana	204 x 286	34 320	40 040	59 488	51 480
1/2 strany na šířku	204 x 142	17 040	19 880	29 536	25 560
1/2 strany na výšku	99 x 286	17 160	20 020	29 536	25 740
1/3 strany na šířku	204 x 95	11 400	13 300	19 760	17 100
1/4 strany na šířku	204 x 71 99 x 142	8 520	9 940	14 768	12 780
1/5 strany na šířku, na výšku	204 x 57 99 x 114	6 840	7 980	11 856	10 260
1/6 strany na šířku, na výšku	204 x 47 99 x 94	5 640	6 580	9 776	8 460
1/8 strany na šířku	204 x 35	4 200	4 900	7 384	6 300
1/8 strany na výšku	99 x 71	4 260	4 970	7 384	6 300
Cena za 1 mm/1sl.		30	35	40	45
SPECIÁLNÍ FORMÁTY					
Ucho na titulu	37 x 70	9 450	11 025	12 600	14 175
Podval na titulu	204 x 57	30 780	35 910	41 040	46 170

OKRESNÍ VYDÁNÍ >

Okresní vydání I.	Bruntálsko+Opavsko, Chomutovsko+Lounsko, Jablonecko+Semilsko, Jihlava+Pelhřimov+Havlíčkův Brod, Jižní Čechy, Kroměřížsko+Vsetínsko, Liberecko+Českolipsko, Pardubicko+Chrudimsko, Prostějov+Přerov+Hranice, Svitavsko+Orlickoústecko, Teplicko+Mostecko, Třebíčsko+Žďársko
Okresní vydání II.	Břeclavsko+Hodonínsko, Českobudějovicko, Domažlicko+Klatovsko, Frýdek-Místek+Nový Jičín, Hradecko+Jičínsko, Karlovy Vary+Sokolov+Cheb, Olomouc+Šumperk+Jeseník, Plzeňsko+Rokycansko+Tachovsko, Trutnov+Náchod+Rychnov, Ústí+Litoměřice+Děčín, Zlínsko+Uherskohradišťsko, Znojemsko
Okresní vydání III.	Střední Čechy východ, Střední Čechy západ
Okresní vydání IV.	Brněnsko+Blanensko+Vyškovsko, Ostravsko+Karvinsko

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Ceny jsou uvedeny bez DPH. Další formáty jsou po domluvě možné. Slevy a příplatky: viz strana 6.

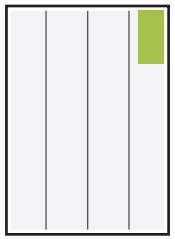
Uzávěrka pro objednávky: 8 pracovních dnů před uveřejněním. (Úterý). **Uzávěrka pro hotové podklady:** 5 pracovních dnů před uveřejněním. (Pátek)
Uzávěrka pro podklady k výrobě v MAFRA, a.s.: 6 pracovních dnů před uveřejněním. (Čtvrtek)

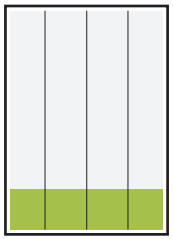
Storno poplatky: 21–15 pracovních dnů před uveřejněním - 50 %. Od 14 pracovních dnů před uveřejněním - 100 %.

Poznámka: Některé okresní mutace nelze nakoupit samostatně!

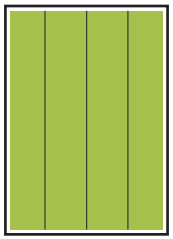
Platnost od 1. 1. 2021

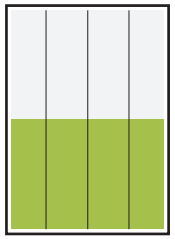
PŘÍKLADY BĚŽNÝCH FORMÁTŮ INZERCE >


Ucho na titulu
37 x 70 mm

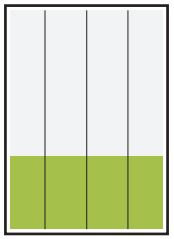

Podval na titulu
204 x 57 mm

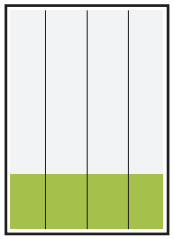
2/1 strany - panorama
428 x 286 mm

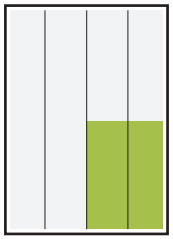

1/1 strany
204 x 286 mm

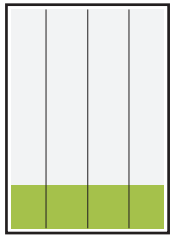

1/2 strany - na šířku
204 x 142 mm

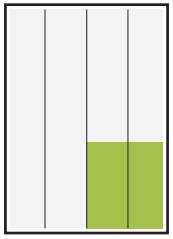
1/2 strany - na výšku
99 x 286 mm

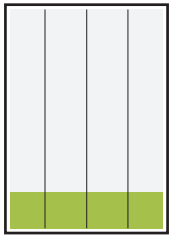

1/3 strany - na šířku
204 x 95 mm


1/4 strany - na šířku
204 x 71 mm

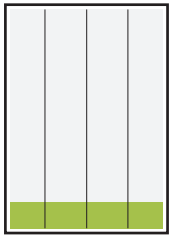

1/4 strany - na výšku
99 x 142 mm

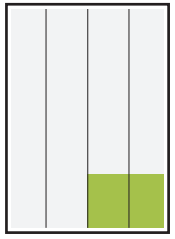

1/5 strany - na šířku
204 x 57 mm

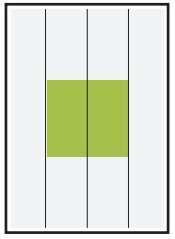

1/5 strany - na výšku
99 x 114 mm

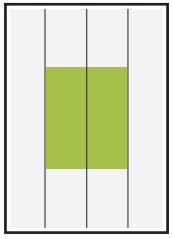

1/6 strany - na šířku
204 x 47 mm

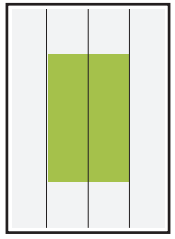
1/6 strany - na výšku
99 x 94 mm

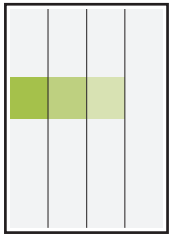

1/8 strany - na šířku
204 x 35 mm


1/8 strany - na výšku
99 x 71 mm


Plovoucí inzerát A
99 x 100 mm


Plovoucí inzerát B
99 x 133 mm


Plovoucí inzerát C
99 x 167 mm


Inzerát v TV programu
47 x 50 mm, 99 x 50 mm, 152 x 50 mm

Slevy	Za počet opakování - několikeré zveřejnění ve stejné velikosti
3%	3 a více
5%	6 a více
10%	12 a více
15%	24 a více

Speciální kalkulace je možná na vyžádání.

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

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

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

Příplatek za pevnou pozici	Příplatek
Konkrétní umístění inzerátu v rámci vydání	25 %

TISK >

Technika tisku: ofsetový novinový tisk
Barva: barevně na všech stránkách
Papír: 45 g/m²
Tiskový rastr: 40 linek/cm, (100 lpi)
Nárůst hodnoty odstínu ve středních hodnotách: černá, azurová, purpurová, žlutá: 25 % ± 2 %

FORMÁT, ZRCADLO, ŠÍŘKA SLOUPCŮ >

ROZMĚR STRANY (formát tabloid)
Rozměr zrcadla: 204 x 286 mm
Počet sloupců: 4
Šířka sloupce: 47 mm
Při počtu sloupců / Šířka v mm: 1/47 2/99 3/152 4/204
Minimální výška plošných inzerátů: 15 mm

TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO DODÁNÍ PODKLADŮ >

1. PODKLADY K VÝROBĚ V MAFRA, a.s.:

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

2. PODKLADY V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ:

Soubory PDF případně EPS nebo PostScript, kompozitní, které mají zapracované obrázky a fonty.
Obrazové polotónové předlohy s minimálním rozlišením 250 dpi.
Pro kontrolu nátisk na novinovém papíru, případně výtisk z barevné tiskárny jako náhled. Vydavatelství může na vyžádání předložit zákazníkovi vlastní simulovaný nátisk na novinovém papíru pro barevnou korekturu.

Inzeráty s 1 doplňkovou barvou (2C):
Doplňková barva má být v kompozitním souboru PDF, PS nebo EPS separovaná do barevného prostoru CMYK.
(Barevné možnosti přímých barev pro 2C inzerci v CMYK: **azurová** (100/0/0/0), **purpurová** (0/100/0/0), **žlutá** (0/0/100/0), **červená titulková** (0/100/100/0), **modrá** (100/40/0/0), **zelená** (90/0/90/0)).
Viz vzorník přímých barev MAFRA, a.s.

Plnobarevné inzeráty (4C)
Při převodu z RGB do CMYK je nutné použít parametry převodu definované vydavatelstvím, případně ICC profil definovaný a dodaný vydavatelstvím.

Soubor převodu z RGB do CMYK – ICC profil tiskového stroje je k dispozici na **http://www.mafra.cz/sluzby**.

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

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

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

Přenos dat: E-mail, FTP (např. **http://iFiles.cz**)

VKLÁDANÁ INZERCE >

(platí pro vkládání a všívání)	Cena v Kč za 1 ks
do 10 g/kus	1,25
do 20 g/kus	1,45
do 30 g/kus	1,65
do 40 g/kus	1,85
do 50 g/kus	2,05

Slevy	Opakování	Počet kusů
3%	3 x	500 000
5%	6 x	1 000 000
10%	8 x	1 500 000
15%	10 x	2 000 000
20%	12 x	2 500 000

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE >

Uzávěrka pro objednávky: 2 týdny před uveřejněním.
Termíny dodání: 1 týden 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 %
Všechny ceny v ceníku jsou uvedeny bez DPH.

Vklady ve více krajských vydáních v jeden den od jednoho klienta se počítají jako jeden vklad. Vložené kusy se načítají.
Pro vklady nad 50 g/ks je cena dohodou.
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.

TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO VKLÁDANOU INZERCI >

1. Vlastnosti a specifikace příloh
Formáty a gramáž pro jednotlivé listy
- nejmenší možný formát 105 x 148 mm do magazínu nebo 105 x 210 mm do deníku, gramáž použitého papíru nesmí být nižší než 170 g/m², ale ne větší 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 – nesmí být gramáž použitého papíru 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 nabité nebo zvlhlé, s ohnutými rohy nebo jinak poškozené a přílohy s oltářním ohybem nebo leporelo 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.
Zpracování příloh obsahujících 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 kartónem, vrchní vrstvu překrýt dřevěným krytem. Balíky v jedné nezkřížené vrstvě (hřbety k jedné straně!) musí mít stejnou výšku (8 až 10 cm), balíky nezavazovat, neovíjet páskou, nebalit.
Přílohy musí být chráněny proti poškození při přepravě a proti pronikání vlhkosti.
Každá paleta musí být označená – analogicky k dodacímu listu, na dně strany stohu uložit balíkovou průvodku, stoh opatřit fólií a zapáskovat přes dřevěný kryt – pozor na poškození příloh.
Paletové průvodky se ukládají na dvě strany stohu na paletě a musí obsahovat tyto údaje:
Odesílatele a příjemce, objednavatele vkládání, označení (název) přílohy, termín vkládání, titul a jednotku vykrytí (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!

VLEP NA TITULNÍ STRANU >

Ceny v Kč	Formát (Š x V v mm)	Cena za 1 ks
štítek A6 (potištěný z jedné nebo dvou stran)	**105 x 148**	2,30
štítek A7 (potištěný z jedné nebo dvou stran)	**74 x 105**	1,80

Uzávěrka pro objednávky: 2 týdny před uveřejněním.
Termín dodání do tiskárny: 1 týden 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.
Tisk i případný grafický návrh štítku, včetně dopravy na místo vložení, je možné zajistit prostřednictvím obchodního oddělení MAFRA, a.s. Kalkulace na vyžádání.

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)
Papír matná nebo lesklá křída bez povrchové úpravy:
min. gramáž pro A6 je 200 /m², pro A7 je 170 g/m².

2. Kvalita dodávky inzertních štítků
Dodané inzertní štítky musí být okamžitě bezzávadně zpracovatelné, aniž by byla nutná dodatečná manuální úprava nebo manipulace. Inzertní štítky slepené příliš čerstvou barvou, elektrostaticky nabité nebo zvlhlé nemohou být dále zpracovány. Inzertní štítky s ohnutými rohy (resp. hranami), zmačkanými přehyby nebo faldy nemohou být rovněž zpracovány.
Ořez musí být proveden v pravém úhlu, ve velikosti formátu, bez nerovností a nesmí vykazovat trhavé řezy tupým nožem na střihu. Zpracování inzertních štítků zvláštních formátů není možné.

3. Přeprava a balení inzertních štítků

Balení v krabicích
Pro přepravu inzertních štítků požadujeme používat krabice. 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 naležato, 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 za všech stran. Každá paleta musí být zřetelně označena analogicky k dodacímu listu (viz paletová průvodka).

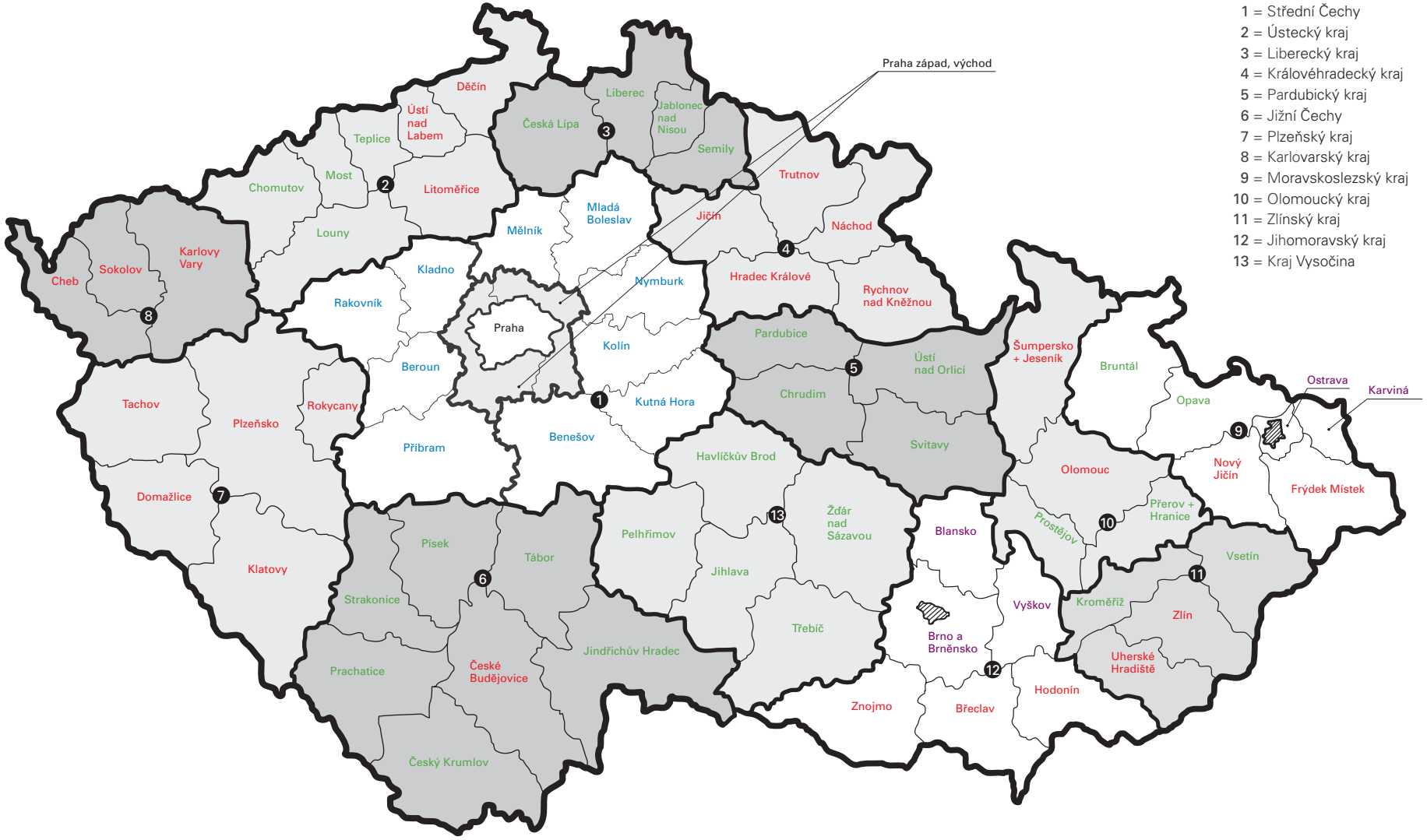
Balení palet
Na dvě strany stohu uložit paletovou průvodku (viz dále).
Stoh obalit fólií.

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, objednatele inzertních štítků, počet palet v dodávce celkem, počet výtisků inzertních štítků v dodávce celkem, datum dodání inzertních štítků od výrobce, odesílatele, 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 spadávku 5 mm přes okraj, ořezové značky 4 mm od čistého formátu, bezpečná vzdálenost textu od okraje štítku 4 mm.

KRAJSKÁ A OKRESNÍ VYDÁNÍ >



1 = Střední Čechy
2 = Ústecký kraj
3 = Liberecký kraj
4 = Královéhradecký kraj
5 = Pardubický kraj
6 = Jižní Čechy
7 = Plzeňský kraj
8 = Karlovarský kraj
9 = Moravskoslezský kraj
10 = Olomoucký kraj
11 = Zlínský kraj
12 = Jihomoravský kraj
13 = Kraj Vysočina

mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · TISKÁRNY

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 TOP KOMBI a ULTRA KOMBI,
d) v televizním vysílání hudební stanice OČKO, OČKO Star, OČKO Black a OČKO Expres a
e) v ostatních tiskovinách a jiných médiích vydávaných, provozovaných či zastupovaných vydavatelstvím nebo osobami tvořícími s vydavatelstvím koncern.

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

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

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

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

II. UZAVŘENÍ SMLOUVY

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

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

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

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

5.
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 je zadavatel oprávněn pouze na základě uzavření 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 reklamy je zodpovědný zadavatel. V případě, kdy vydavatelství zjistí, že dodané podklady podle věty první nesplňují požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím či jsou jinak nevhodné pro šíření, bude o této skutečnosti bez zbytečného odkladu informovat zadavatele. Zadavatel je v takovém případě povinen doručit vydavatelství neprodleně vhodné náhradní podklady v požadovaném stavu.

2.
V případě, že reklamy budou využívat prvky umožňující sledování chování uživatele (cookies apod.) či zpracovávající osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy a zpracování získaných údajů s právními předpisy, zejména nařízením (EU) 2016/679, směrnicí (EU) 2002/58 a zákonem 127/2005 Sb. a je správcem takových údajů. Vydavatelství nezískává pro zadavatele žádné souhlasy se zpracováním osobních údajů či užitím výše uvedených prvků, ledaže by to bylo zvlášť písemně dohodnuto; pokud vydavatelství bude získávat pro zadavatele takové souhlasy, zavazuje se zadavatel užívat takové údaje pouze k účelům, k nimž byl takto získán souhlas či k nimž bude oprávněn podle relevantních právních předpisů (ustanovení předchozí věty přitom není dotčeno). Zadavatel se zavazuje poskytnout vydavatelství na jeho žádost odkaz na internetovou stránku obsahující v zákonem stanoveném rozsahu informace o zpracování takových údajů ze strany zadavatele v českém jazyce a takovou stránku udržovat aktuální a bez omezení přístupnou. Pokud vydavatelství implementuje obecně užívaný systém pro získávání souhlasů provozovaný třetí osobou (zejména IAB Europe Transparency and Consent Framework 2.0), zadavatel se zavazuje dodržovat podmínky stanovené pro účast v takovém systému a pro nakládání s dotčenými údaji. Zadavatel se na své náklady a odpovědnost zavazuje řádně akceptovat změnu a zrušení souhlasů či vyjádření námitek předané mu (i) vydavatelstvím, (ii) v rámci takového systému či (iii) jinak ze strany příslušného uživatele a řádně a včas vyřizovat žádosti uživatelů v rámci výkonu jejich práv podle nařízení (EU) 2016/679, případně dalších relevantních právních předpisů a to i tehdy, pokud mu byly předány přímo vydavatelstvím. Výše uvedeným není dotčeno právo vydavatelství využívat jím sbírané údaje samostatně. Zadavatel je plně zodpovědný za dodržování pravidel pro předávání údajů mimo Evropskou unii.

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, případně zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění a že všechny finanční nároky vyplývající z užití autorských děl, popřípadě podobizen fyzických osob užitých v rámci reklamy a z práv souvisejících s právem autorským byly ke dni předání podkladů reklamy zadavatelem uspokojeny; to neplatí pro nároky kolektivních správců, tedy zejména OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním a INTERGRAM nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, a to výlučně pokud se jedná o odměnu za šíření reklamy ve vysílání rozhlasových nebo televizních stanic. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na hazardní hry provozované bez základního povolení podle zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách či předpisů jej nahrazujících. Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavatelství či vydavateli, popř. provozovateli příslušného média vznikne v důsledku šíření reklamy škoda nebo jiná újma, tuto škodu (újmu) v plné výši nahradí. Škodou se rozumí i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech.

5.
Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Vydavatelství není povinno provedenou reklamu archivovat.

IV. RÁMCOVÁ SMLOUVA

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

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

3.
V případě, kdy zadavatel neobjedná v příslušném médiu reklamu v rozsahu předpokládaném v rámcové smlouvě, jeho nárok na dohodnutou slevu v plném rozsahu zaniká a je povinen uhradit vydavatelství částku odpovídající již poskytnuté slevě. Nárok vydavatelství na náhradu škody či ušlého zisku tím není dotčen.

4.
Vedle slev předpokládaných v těchto všeobecných obchodních podmínkách mohou být s jednotlivými zadavateli písemně sjednány také zvláštní slevy. Zadavatel je povinen o těchto zvláštních slevách zachovávat mlčenlivost.

5.
V případě reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích nebo na televizních stanicích (zejména rodiny OČKO) je zadavatel povinen předat společně s příslušným nosičem hudební sestavu spotu nebo sponzorského vzkazu, obsahující název reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, název každého užitého hudebního díla, pokud je pojmenováno, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení nakladatele a přesnou stopáž reklamního spotu a užité hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku.

6.
Sleva, která náleží zákazníkovi na základě celkově dosaženého obratu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč nebo v EUR a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

V. REALIZACE OBJEDNÁVKY

1.
Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout šíření reklamy:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4.
Společně s fakturou zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak jí vydavatelství není povinno vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány výstřižky, stránky, kompletní výtisky nebo jejich kopie, popř. i jen doklady elektronickou formou (zejména ve formátu PDF a JPG). Pokud není možné tyto doklady obstarat, obdrží zadavatel od vydavatelství potvrzení o šíření reklamy. U řádkové inzerce se neposkytuje žádný doklad o uveřejnění.

5.
Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit úroky z prodlení v zákonné výši. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Vydavatelství má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek, včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.

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

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

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

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

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

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

12.
Kombinované zakázky (např. TOP KOMBI ZAMĚSTNÁNÍ) jsou zadávány jako jedna objednávka, která je fakturována vždy po uveřejnění v MF DNES.

13.
Vydavatelství může uzavřít se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zasílání daňových dokladů (faktur) ze strany MAFRA, korespondenci obou smluvních stran týkající se vystavených daňových dokladů, dokládání uveřejnění inzerce v tištěných médiích MAFRA) bude komunikace zajišťována obvykle elektronickými prostředky.

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

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

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

VII. REKLAMACE

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

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

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

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

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

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

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

VIII. OCHRANA DAT, OBCHODNÍ SDĚLENÍ

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

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

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

IX. OSTATNÍ USTANOVENÍ

1.
Pokud by vznikly odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti zadavatele či pokud by zadavatel byl v prodlení s úhradou jakékoliv splatné faktury (byť vystavené na základě jiné smlouvy) vydavatelství, je vydavatelství podle své volby:
a) oprávněno odstoupit od smlouvy,
b) přerušit poskytování plnění anebo
c) vázat poskytnutí dalších plnění (včetně plnění již objednaného) na platbu předem.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

10.
Vydavatelství upozorňuje své obchodní partnery ve smyslu § 431 zákona č. 89/2012 Sb., že jednotliví zaměstnanci vydavatelství jsou oprávněni jednat jen v rozsahu jim uděleného pověření a jen ve věcech obvyklých pro jejich pracovní pozici. Aniž je tím dotčeno ustanovení předchozí věty, následující smlouvy může uzavírat anebo právní jednání činit v zastoupení vydavatelství vždy pouze jeho statutární orgán (způsobem jednání navenek zapsaným do obchodního rejstříku) nebo osoby těmito statutárními zástupci výslovně k tomu pověřené na základě speciální písemné plné moci, která bude výslovně obsahovat zmocnění k takovému úkonu:
a) smlouvy o smlouvě budoucí,
b) nakládání s ochrannými známkami, doménami a jinými předměty průmyslového vlastnictví,
c) uzavírání licenčních a podlicenčních smluv, vyjma běžných smluv s autory na příspěvky do médií,
d) nabytí, zatížení či zcizení nemovitostí,
e) jakékoliv zajištění či utvrzení dluhů jak vydavatelství, tak třetích osob (včetně ujednání o smluvních pokutách a uznání dluhu, ručení, finanční záruky apod.),
f) uzavření zástavní smlouvy,
g) veřejná nabídka,
h) ujednání o závdavku,
i) jakákoliv dispozice s obchodním závodem či částí závodu tvořící samostatnou organizační složku,
j) postoupení pohledávky,
k) převzetí dluhu,
l) přistoupení k dluhu,
m) převzetí majetku,
n) postoupení smlouvy,
o) jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směnek) či podílů v jiných osobách,
p) dohoda o narovnání,
q) vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).

Smlouva, při jejímž uzavírání zastupoval vydavatelství člen (členové) statutárního orgánu, může být měněna pouze právním jednáním, při němž budou vydavatelství

zastupovat opět členové statutárního orgánu nebo osoby k takovému jednání výslovně pověřené individuálním písemným pověřením.

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

12.
Jakékoliv reklamní nabídky vydavatelství formou reklamy a informace uvedené v jeho cenících a nebo katalozích se nepovažují za nabídku na uzavření smlouvy.
13.
Veškeré nabídky na uveřejnění reklamy učiněné vydavatelstvím mohou být odvolány i ve lhůtě určené pro jejich přijetí.

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

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

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

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

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

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

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

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

X. ZMĚNA VŠEOBECNÝCH OBCHODNÍCH PODMÍNEK

Vydavatelství může tyto Všeobecné obchodní podmínky včetně ceníků v přiměřeném rozsahu změnit, a to zejména v případě:
a) změn v jednotlivých médiích, které by měly vliv na reklamní formáty,
b) zavedení nových reklamních formátů či médií,
c) změny rozsahu, periodicity či doby šíření jednotlivých médií či jejich zrušení nebo nahrazení jinými,
d) změny či zrušení právních předpisů, vydání nových právních předpisů
či změny výkladu příslušných právních předpisů,
e) změny výše nákladu či čtenosti jednotlivých tištěných médií či dosahu ostatních médií,
f) změn cen jednotlivých reklamních formátů,
g) změn cenové úrovně na trhu,
h) změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
i) nepředvídatelných změn na trhu.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

XII. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. 1. 2021.

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

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 10 - 15).

Národní prodej
Tel.: 225 065 129
E-mail: sales@metro.cz

Regionální prodej

Praha a Střední Čechy
Květa Winkelhöferová
Tel.: +420 724 256 068
E-mail: Kveta.Winkelhoeferova@mafra.cz

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

Ústí nad Labem
Marcela Svobodová
Tel.: +420 602 658 913
E-mail: Marcela.Svobodova@mafra.cz

Karlovarský kraj
Daniel Kufrer
Tel.: +420 723 594 937
E-mail: Daniel.Kufrer@mafra.cz

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

Jižní Čechy
Ivo Ptáček
Tel.: +420 734 517 134
E-mail: Ivo.Ptacek@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
Lada Kozelková
Tel.: +420 734 517 252
E-mail: Lada.Kozelkova@mafra.cz

Zlínský kraj
Jakub Ryšánek
Tel.: +420 602 658 931
E-mail: Jakub.Rysanek@mafra.cz

Jižní Morava
Jaromír Mahel
Tel.: +420 734 397 961
E-mail: Jaromir.Mahel@mafra.cz

Vysočina
Zbyněk Zbytovský
Tel.: +420 602 498 356
E-mail: Zbynek.Zbytovsky@mafra.cz