

# Ceník online inzerce

Platný od 1. 1. 2018

**Economia Premium ■ Economia Audience ■ Economia Video  
Economia Reach ■ Private Marketplaces ■ Ostatní produkty**



**e.conomia**  
obsah rozhoduje

## SALES KIT MINI

### **IHNED.cz**

**1 665 250 RU / 15 660 504 PV**

Online verze Hospodářských novin na internetové doméně IHNED.cz nabízí čtenářům kromě aktuálního zpravodajství kompletní obsah tištěného vydání deníku včetně všech jeho magazínů a speciálních příloh. Čtenáři digitálního obsahu mají možnost zaplatit si přístup i do celého archívu novin za posledních téměř 20 let. Značka Hospodářských novin přináší do online světa své silné atributy – objektivní zpravodajství, prémiový ekonomický obsah, erudované analýzy a komentáře.

### **Aktuálně.cz**

**2 626 707 RU / 100 720 734 PV**

Aktuálně.cz je třetí nejnavštěvovanější zpravodajský web na českém internetu. Formou článků, multimediálních grafik a videí přináší objektivní a nejaktuálnější informace z domova, ekonomiky i ze světa. Zpravodajství doplňují kromě původních kauz a názorů předních novinářů a komentátorů informace ze světa kultury a společenská a lifestyleová témata.

### **Aktuálně.cz/video**

**1 239 204 RU / 8 353 451 PV**

Aktuálně.cz rozvíjí koncept tvorby hodnotného a kvalitního autorského videoobsahu pod hlavičkou mediálního domu. Aktuálně.cz charakterizují výrazné novinářské osobnosti, silné mediální značky a široký tematický záběr.

### **HP Centrum.cz / Atlas.cz / Volný.cz**

**1 123 976 RU / 56 105 064 PV**

Homepages našich portálů jsou vstupní bránou a rozcestníkem ke všem službám nabízeným uživatelům na našich třech portálech Centrum.cz, Atlas.cz, Volný.cz. Nabízíme kvalitní zpravodajské informace z domova i ze světa, sportu, společnosti, kultury a zábavy i široké portfolio praktických informací a služeb.

### **Žena.cz**

**815 853 RU / 12 026 421 PV**

Žena.cz je oblíbený internetový magazín, který přináší čtenářkám inspiraci z oblastí, které jsou v popředí jejich zájmu. Každý den poskytuje informace, rady a návody k tématům zdravého životního stylu, módy a kosmetiky a péče o děti.

Technické specifikace naleznete na adrese <http://ad.economia.cz/>

## ECONOMIA PREMIUM

- Produkty Economia Premium nabízejí nejatraktivnější formáty pro klienty, kteří požadují účinné brandové kampaně na plochách s měsíčním zásahem přes 5 miliónů reálných uživatelů dle Netmonitoru.
- Inzerentům vedle balíčku Top pack zahrnujícího naše nejlepší plochy nabízíme samozřejmě i možnost cílit na vybraný server či rubriku nebo home page serveru.
- U produktu Economia Premium garantujeme doručení dohodnutého objemu impresí ve stanoveném čase.
- Za příplatek 30 % a po předchozím schválení lze na některých pozicích Economia Premium zobrazovat rich media kreativy.

### Ceník Economia Premium<sup>1)</sup> (CPT/Kč)

	Fireplace	Wallpaper 480x300 <sup>9)</sup>	Medium rectangle 300x250 nebo half page <sup>6)</sup> ad 300x600	Leadeboard vč. double <sup>3)</sup> 990x100 a 990x210	Mobilní medium rectangle 300x250 nebo strip 320x50	Mobile Interscroller
Top Pack <sup>7)</sup>	350 <sup>5)</sup>	270	170	190	300	400
HP Centrum.cz, Atlas.cz, Volný.cz	200	–	130	120	200	250
Pack Economia byznys nebo Economia zprávy <sup>2)</sup>	525	405	255	285	450	550
Pack Lifestyle <sup>10)</sup>	525	405	255	285	450	550
Pack Žena.cz, Vaření.cz, Zdravě.cz	350	270	170	190	255	400
Autopack <sup>11)</sup>	525	405	255	285	450	550
IHNED.cz	500	450	200 (pouze horní 450)	300	400	500
Vybraná rubrika či úvodní stránka IHNED.cz	750	675	300 (pouze horní 675)	450	600	750
Ostatní weby <sup>4)</sup>	350	270	170	190	300	400 <sup>6)</sup>
Vybraná rubrika či úvodní stránka na ostatních webech	525	405	255	285	450	650
Vybermiauto.cz	500	390	330	360	300	400

#### Poznámky:

- 1) Některé formáty (např. Wallpaper nebo Mobilní medium rectangle) nejsou k dispozici na všech webech Economie.
- 2) Balíček Economia byznys zahrnuje rubriky Ekonomika na Aktuálně.cz, Byznys na IHNED.cz, online verzích titulů: Economia B2B tituly, Ekonom a Respekt. Pack Economia zprávy zahrnuje zpravodajství Aktuálně.cz a IHNED.cz a Respekt.cz.
- 3) Double leaderboard není možné umístit na HP Centrum.cz, Atlas.cz a Volný.cz.
- 4) Vybraný web z portfolia vydavatelství Economie kromě IHNED.cz.
- 5) Fireplace je možné objednat na všech webech, ale rozměry kreativ se pro různé weby liší. Konkrétní rozměry pro jednotlivé weby jsou k dispozici na <http://ad.economia.cz/bannerova-reklama/standardni-formaty/branding-fireplace/>.
- 6) Pro Respekt.cz platí cena 500.
- 7) Aktuálně.cz, Homepage Centrum.cz, Atlas.cz a Volný.cz, IHNED.cz a Žena.cz.
- 8) Formát 300x600 není na HP Aktuálně.cz.
- 9) Na Ihned.cz je wallpaper pouze v detailu článku.
- 10) Pack Lifestyle obsahuje: ProcNe.ihned.cz, Ego.ihned.cz, Art.ihned.cz, sekci magazin na Aktualne.cz a Zena.cz
- 11) Sekce Auto na Ihned.cz, Aktualne.cz, weby Vybermiauto.cz a Autickar.cz

## ECONOMIA AUDIENCE

- Produkt Economia audience nabízí cílení na vybraná publika, které si ve světě online marketingu získává stále větší oblibu.
- Díky možnosti zacílit konkrétní publikum napříč portfoliem Economia získávají inzerenti velmi efektivní nástroj jak pro branding, tak i pro výkonnostní kampaně.

### Ceník Economia Audience (CPT/Kč)

	Fireplace <sup>1)</sup>	Wallpaper 480x300	Medium rectangle 300x250, Half page ad 300x600, Wide sky 60x600	Leaderboard vč. double 990x100 a 990x210 <sup>2)</sup>	Komerční sdělení s logem	Mix <sup>3)</sup>
Sociodemografie	250	200	170	170	70	140
Zájem	300	250	200	200	90	180
Nákupní úmysl / custom – ceny	400	300	250	250	120	220

#### Poznámky:

- 1) Pro Fireplace je třeba dodat kreativitu ve více rozměrech.
- 2) Leaderboard je třeba vždy dodat v rozměru 990x100 pro využití na HP, volitelně lze dodat i 990x210 k nasazení na webech, které to umožňují.
- 3) Zahrnuje formáty Medium rectangle 300x250, Wide sky 160x600, Leaderboard 990x100 a Half page ad 300x600.  
Formáty Medium rectangle a Wide sky a Half page ad je třeba vždy dodat, Leaderboard je volitelný.
- 4) Při kombinaci cílení, např. sociodemografie a nákupní úmysly platí vždy vyšší cena.

## ECONOMIA VIDEO

- Video spot v kombinaci s prémiovým redakčním obsahem video sekce Aktuálně.cz/video je brandingový produkt pro nejnáročnější klienty.
- Pro zvýšení účinnosti je možné doplnit video spot o Companion – bannerovou plochu o rozměrech 300x250 pixelů.
- V rámci obsahové spolupráce nabízíme možnost vytvoření brandovaného kanálu – pořadu vytvářeného v koprodukcí se zadavatelem. Brandované kanály naceňujeme individuálně.

### Ceník Economia Video (CPT/Kč)

Videospot	660
Videospot + Companion	790
Overlay	200
Branding <sup>1)</sup>	750

**Poznámka:**

1) Zobrazuje se napříč video sekcí Aktuálně.cz.

## ECONOMIA REACH

- Economia reach je ideální pro inzerenty, kteří chtějí při omezeném rozpočtu zasáhnout široké publikum.
- U produktů Economia Reach je možné objednat buď fixní období, nebo fixní množství impresí. Negarantujeme však odběh daného objemu impresí v čase.

### Ceník Economia Reach (CPT/Kč)

	Half page ad 300x600	Medium rectangle 300x250, Wide sky <sup>2)</sup> 160x600	Megaboard 970x310, komerční sdělení s logem	Leaderboard bez double 990x100	Fullbanner 468x60	mix: všechny size	Mobilní strip 320x50
Reach content pack <sup>3)</sup>	130	100	50	100	80	–	150
RoS přes všechny weby <sup>4)</sup>	100	80	40	80	60	40	100
Vybraný server z packu Reach <sup>1)</sup>	170	120	70	140	100	–	200

#### Poznámky:

- 1) U produktu Economia Reach nelze zvolit odběh pouze na HP Centrum.cz, Atlas.cz a Volný.cz.
- 2) Formát je dostupný pouze na Centrum.cz mail, Atlas.cz mail a Volný.cz mail.
- 3) Reach content pack obsahuje následující weby: Aktuálně.cz, Vaření.cz, Zdravě.cz, Ecomag.cz, Vybermiauto.cz, IHNED.cz, Homepages, sekce: Mail, FDB.cz, Stahuj.cz, Autíčkář.cz, Žena.cz.
- 4) RoS přes všechny weby tvoří následující: Aktuálně.cz, Café.cz, Cars.cz, Ecomag.cz, IHNED.cz, Homepages, sekce Komunity, Mail, Práce, Slovníky, Svátky, TVprogramy a Zákony, Realitymix.cz, Stahuj.cz, , Vaření.cz, Vybermiauto.cz, Zdravě.cz, Žena.cz, , Fdb, Najisto.cz, Autíčkář.cz.

## PRIVATE MARKETPLACES

- Private marketplaces jsou kampaně, které se uskuteční pomocí RTB technologií (inzerent tedy nakupuje přes DSP) za podmínek, které jsou dohodnuté mezi médiem a agenturou či inzerentem.
- Private marketplaces jsou určeny pro inzerenty, kteří využívají nákup reklamních ploch pomocí technologie RTB.
- PMP nabízí pokročilé využití možností, které nabízí RTB – např. přístup na zajímavější plochy, lepší možnost optimalizace kampaní, využití rich media formátů, přednost v aukci a další benefity.
- Ceny pro PMP se stanovují individuálně na základě požadavků inzerenta jako tzv. price floors – tedy minimální ceny, za které může inzerent nakupovat.

### Přehled možností RTB

	Open RTB	PMP standard	PMP premium
Popis	Výchozí možnost nákupu v RTB – bez dohody s médiem a bez garance.	Produkt určený pro výkonnostní kampaně. Inzerent se na podmínkách nákupu domlouvá s médiem.	Produkt určený pro inzerenty s vyššími nároky na doručení kampaní – typicky pro budování značky nebo cherry picking – přednostní nákup vybraných impresí.
Garance	ne	price floor	nákupní cena
Možnost výběru cílení	ne	ano	ano
First right	ne	ne	ano
Plně transparentní URL	ne	ne	ano
Formáty	základní	základní	rozšířené
Možnost behaviorálního cílení	ne	ano	ano
Určení	výkon	výkon	výkon / branding

## OSTATNÍ PRODUKTY

### PR články<sup>1)</sup>

- Nabízí možnost, jak budovat povědomí o značce a jak posouvat její vnímání. Vhodné zejména pro komunikaci nových produktů.
- Vysoká důvěryhodnost, zejména ve spojení s hlavními značkami – Hospodářské noviny, Aktuálně.cz a další.
- Pozitivní přínos odkazů pro SEO.

Aktuálně.cz – home page / jednotlivé sekce <sup>2)</sup>	20 000Kč
IHNED.cz – home page / jednotlivé sekce	30 000Kč
Vaření.cz, Zdravě.cz – home page / jednotlivé sekce	15 000Kč
Stahuj.cz	15 000Kč
Vybermiauto.cz	15 000Kč
Žena.cz	15 000Kč

### Display

Box Doporučujeme na HP Centrum.cz, Atlas.cz, Volný.cz	CPT 75Kč
Promo PR článku – floating napříč daným webem v pravém sloupci	10 000Kč
Promo PR článku – varianta2: anotace na HP Centrum.cz, max 3 dny, max 2mil. imp.	CPT 15Kč

### Mailing (cena za jednu mailovou adresu)

Obchodní sdělení	1Kč
Infotext	1,5Kč

### Čtečky a aplikace<sup>3)</sup>

Hospodářské noviny multiplatform – celostrana	35 000Kč / týden
Respekt	30 000Kč / týden
Ekonom	30 000Kč / týden
Newsroom	20 000Kč / týden

#### Poznámky:

1) Na PR články se nevztahuje slevová politika.

2) PR články na Aktuálně.cz, IHNED.cz a Žena.cz jsou rotující (maximální počet 10 PR článků).

3) Zadavatel tímto výslovně potvrzuje, že nesouhlasí s elektronickým publikováním Inzerce ve verzi Titulu, která je určená pro čtečky Kindle.



Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s. (dále jen „Obchodní podmínky“)

## 1. ROZSAH PLATNOSTI

- Obchodní podmínky upravují uveřejňování inzerátů, prospektových příloh a elektronické formy inzercí (dále společně jen „**Inzerce**“) v periodických i neperiodických titulech a elektronické formy inzercí na webových stránkách či v aplikacích (dále společně jen „**Tituly**“), které vydává nebo provozuje Economia, a.s. (dále jen „**Vydavatel**“).
- Součástí Obchodních podmínek jsou aktuálně platné ceníky Inzerce, uveřejněné na webových stránkách Economia, a.s., [www.economia.cz](http://www.economia.cz).
- Vydavatel si vyhrazuje právo na změnu obsahu Obchodních podmínek. Aktualizované znění Obchodních podmínek bude vždy uveřejněno na [www.economia.cz](http://www.economia.cz). V případě rozporu ve znění Obchodních podmínek se za platné a závazující považují Obchodní podmínky uveřejněné na [www.economia.cz](http://www.economia.cz).

## 2. UZAVŘENÍ SMLOUVY O INZERCÍ

- Inzerce se přijímá na základě písemné objednávky nebo objednávky opatřené elektronickým podpisem. Za písemnou objednávku se též považuje objednávka zasláná e-mailem či faxem, pokud obsahuje naskenovaný podpis osoby oprávněné jednat jménem Objednatele.
- Objedávka musí obsahovat veškeré podstatné náležitosti, zejména pak identifikační údaje o Objednateli, tzn. obchodní firmu, název či jméno a příjmení Objednatele, jeho sídlo, místo podnikání či bydliště, popř. kontaktní adresu pro zaslání potvrzení objednávky a faktur, IČ nebo rodné číslo, DIČ, bankovní spojení, jméno odpovědné kontaktní osoby, razítko Objednatele, čitelné jméno a podpis Objednatele, jeho statutárního orgánu nebo jeho oprávněného zástupce, a dále přesné zadání objednané služby. Je-li Objednatel osoba, zprostředkávající uveřejnění inzercí pro třetí osobu, musí objednávka obsahovat identifikační údaje o této třetí osobě a údaj, zda je k úhradě ceny povinen Objednatel či třetí osoba. V případě objednávky na účet třetí osoby předloží Objednatel odpovídající zmocnění této třetí osoby.
- Jako doklad o přijetí objednávky Vydavatel vystaví, předá nebo doručí potvrzení objednávky, obsahující termín zveřejnění inzercí a kalkulaci ceny.
- Potvrzením objednávky je mezi Vydavatelem a Objednatelům uzavřena smlouva o inzerci.
- Opotřvené objednávky speciálních forem inzercí, jako vkládané, všivané, popř. vlepované suplementy či předměty, se stávají pro Vydavatele závaznými v okamžiku dodání vzorových produktů a jejich schválení pracovištěm příjmu inzercí.

## 3. INZERTNÍ PODKLADY

- Za včasné a bezchybné dodání inzerčních podkladů na pracoviště inzercí Economia, a.s., je odpovědný Objednatel. Včasným dodáním se rozumí v termínech uvedených u jednotlivých produktů v tomto ceníku, případně na webových stránkách [www.economia.cz](http://www.economia.cz). Pokud u konkrétního produktu není termín uveden, platí:  
– **deníkový formát produktu**  
Objedávky: 3 pracovní dny před zveřejněním  
Inzerční podklady: 3 pracovní dny před zveřejněním  
– **magazínový formát produktu s týdenní periodicitou a neperiodické projekty**  
Objedávky: 10 pracovních dnů před zveřejněním  
Inzerční podklady: 10 pracovních dnů před zveřejněním  
– **magazínový formát produktu s měsíční periodicitou**  
Objedávky: 20 pracovních dnů před zveřejněním  
Inzerční podklady: 14 pracovních dnů před zveřejněním
- Objednatel odpovídá též za obsah a právní přípustnost textových a obrazových předloh pro inzerci. Vydavatel není povinen zkoumat, zda jimi nejsou porušována práva třetích osob. V případě uplatnění nároků třetí strany v souvislosti s uveřejněním prokazatelně nepravdivé či právně nepřipustné inzercí se Objednatel povinen převzít veškeré závazky z takovéhoto oprávněných nároků vyplývající nebo je povinen nahradit vydavatelství škody, které mu výše uvedeným nepatřičným jednáním Objednatele vzniknou.
- Podklady pro výrobu inzercí se Objednatelí vracejí na vyžádání. V úseku inzercí se uchovávají tři měsíce po uveřejnění, pokud není dohodnuto jinak.
- Podklady na el. médiích se Objednatelům vracejí z důvodu hladkého průběhu případného reklamčního řízení nejdříve 15. den po zveřejnění inzercí.
- Jestliže je Objednatel v prodlení s dodáním úplných a správných podkladů, je Vydavatel oprávněn požadovat na Objednateli náhradu škody tím způsobenou nebo je oprávněn od smlouvy o inzerci odstoupit.

## 4. RÁMCOVÁ SMLOUVA

- Hodlá-li Objednatel uveřejňovat během určitého období inzercí daného rozsahu či finančního objemu, může s Vydavatelem uzavřít tzv. rámcovou smlouvu o uveřejňování inzercí v předem dohodnutém rozsahu, která opravňuje Objednatele k okamžitému čerpání dohodnuté slevy. Rámcová smlouva může být uzavřena maximálně na období 12 měsíců a k její platnosti je zapotřebí písemné formy.
- Rámcová smlouva musí obsahovat pevně stanovené časové období, během kterého bude uveřejňována inzercí daného rozsahu či finančního objemu, z toho vyplývající formy, titul (tituly), v kterém má být inzercí uveřejněna, případně další ujednání.
- Dle dohody stran může rámcová smlouva zahrnout i inzercí, která byla realizována v období 12 měsíců před koncem účinnosti rámcové smlouvy, za předpokladu, že tato inzercí byla řádně a včas uhrazena. Podmínkou je, aby cena této předchozí inzercí činila méně než 50 % z celkového objemu inzercí stanoveného rámcovou smlouvou. Vznikne-li v důsledku zahrnutí již realizované inzercí do rámcové smlouvy v souladu s tímto odstavcem Objednatel nárok na slevu z ceny této inzercí, bude tato sleva vyplacena až po ukončení účinnosti rámcové smlouvy, dříve jedině za předpokladu, že již došlo k vyčerpání objemu inzercí předpokládaného rámcovou smlouvou.
- Rovněž uveřejnění inzercí na základě rámcové smlouvy probíhá na základě jednotlivých objednávek.
- Slevy vyplývající z rámcové smlouvy budou poskytnuty pouze v případě, že inzercí v dohodnutém rozsahu bude v rámci stanoveného časového období řádně a včas zaplacená v souladu s aktuálním ceníkem (popř. v jině, předem dohodnuté výši). V jiném případě nárok na sjednanou slevu zaniká.
- Objem i slevu sjednanou v rámcové smlouvě lze na základě dohody smluvních stran navyšovat, a to i opakovaně.
- Nebude-li během stanoveného časového období uveřejněna inzercí v dohodnutém rozsahu z důvodů, za které nenese Vydavatel odpovědnost, zavazuje se Objednatel uhradit Vydavateli rozdíl mezi cenou za dohodnutý a za skutečně uveřejněný rozsah inzercí.

## 5. VYDAVATELSKÉ PODMÍNKY

- Vydavatel si vyhrazuje právo oddělit inzercí od redakčního obsahu linkou, popřípadě rámečkem a označením inzercí slovy „INZERCE“, „KOMERČNÍ PREZENTACE“ či jiným obdobným způsobem společně s přiděleným číslem inzercí. V případě inzercí o formátu 1/1 strany na spad si však Vydavatel vyhrazuje právo umístit toto označení přímo do plochy inzercí. Objednatel bere na vědomí, že takováto úprava nemůže být považována za důvod k reklamaci.
- Vydavatel si vyhrazuje právo oddělit inzercí od redakčního obsahu linkou, popřípadě rámečkem a označením inzercí slovy „INZERCE“, „KOMERČNÍ PREZENTACE“ či jiným obdobným způsobem společně s přiděleným číslem inzercí. V případě inzercí o formátu 1/1 strany na spad si však Vydavatel vyhrazuje právo umístit toto označení přímo do plochy inzercí. Objednatel bere na vědomí, že takováto úprava nemůže být považována za důvod k reklamaci.
- Pokud Objednatel objedná inzercí o rozměrech, které neodpovídají standardním rozměrům inzercí titulu, bude inzercí v rámci technických možností přizpůsobena nejbližšímu možnému rozměru a tak také potvrzena a kalkulována.
- Pokud Objednatel objedná inzercí o rozměrech, které neodpovídají standardním rozměrům inzercí titulu, bude inzercí v rámci technických možností přizpůsobena nejbližšímu možnému rozměru a tak také potvrzena a kalkulována.
- Vydavatel si vyhrazuje právo upravit (zvětšit) rozměr inzercí z důvodů sestavení inzerční nebo redakční strany. V takovém případě hradí Objednatel původně dohodnutou cenu bez ohledu na rozsah úpravy. Toto opatření se netýká hotových grafických podkladů.
- Vydavatel si též vyhrazuje právo gramaticky upravit text inzercí podle platných pravidel českého pravopisu.
- Pokud Objednatel předá graficky nezpracovanou inzercí, bude grafická úprava provedena v rozměrech odpovídajících předloze.
- Náhled vyrobené inzercí k autorské korektuře bude poskytnut Objednateli pouze na požádání. Pokud se Objednatel ke konečné úpravě ve stanoveném termínu nevyjádří, přestože mu byla prokazatelně doručena, má se za to, že s ní souhlasí. Standardní způsob zaslání autorských korektur je e-mailem, v souboru formátu .pdf či .doc.

## 6. PRÁVO ODMÍTNOUT INZERCÍ

- a) Vydavatel si vyhrazuje právo odmítnout zveřejnění inzerce z důvodu nevhodného obsahu, původu nebo formy, a pokud je v rozporu se zákony, vyhláškami, dobrými mravy a zvyklostmi nebo odporuje zájmům či by mohlo poškodit dobré jméno vydavatele. Vydavatel je povinen tuto skutečnost oznámit Objednateli, avšak není povinen odmítnutí zdůvodňovat.
- b) Je-li Objednatel v prodlení s placením ceny inzerce, je Vydavatel oprávněn pozastavit přijímání dalších objednávek Objednatele, tj. uzavírání smluv o inzerci s Objednatelem nebo uveřejňování další inzerce objednané Objednatelem, a to do okamžiku úplného zaplacení ceny inzerce, s jejímž placením je Objednatel v prodlení.
- c) Vydavatel je oprávněn odmítnout zveřejnění inzerce, jejíž grafická podoba kopíruje redakční prvky titulu, ve kterém má být inzerce zveřejněna. Stejnými prvky se rozumí například font, řez a velikost písma, způsob zalomení textu a jednoznačné grafické znaky titulu. Odmítnutí inzerce vydavatelem z výše uvedených důvodů nezbujuje Objednatele povinnosti inzerci uhradit v plné výši v případě, že byly podklady dodány po termínu uzavěry příjmu podkladů.

## 7. NEPLNĚNÍ ZAKÁZKY

- a) Pro případ zásahu vyšší moci je vydavatel zbaven odpovědnosti k plnění závazků a poskytování náhrad za vzniklé škody.
- b) Pokud nedojde vinou Objednatele k naplnění dohodnuté zakázky, ze které byla Objednateli předem stanovena příslušná sleva, je Objednatel povinen po vyúčtování zakázky uhradit vydavateli rozdíl mezi dohodnutou a skutečnému plnění odpovídající slevou.
- c) Povinnost vydavatele dodržet objednanou a potvrzenou pozici inzerce vzniká pouze v případě uplatnění příplatku za konkrétní pozici. Pokud Vydavatel tuto povinnost nedodrží, nebude příplatek za konkrétní pozici uplatněn, avšak Objednateli nepřislouží nárok na reklamaci.

## 8. CENA INZERCE A PLATEBNÍ PODMÍNKY

- a) Objednatel je povinen zaplatit cenu inzerce na základě daňového dokladu – faktury vystavené Vydavatelem.
- b) Ceny inzerce v jednotlivých Titulech, způsob jejich výpočtu a množstevní slevy jsou podrobně stanoveny v aktuálně platných cenících Vydavatele.
- c) Ceny inzerce jsou v ceníku uvedeny bez DPH.
- d) Vydavatel si vyhrazuje právo stanovit smluvní ceny.
- e) V případě jednorázové objednávky fakturuje Vydavatel realizovanou inzerci pravidla do 5 kalendářních dnů po jejím zveřejnění. V případě průběžně poskytované inzerce se pro účely daně z přidané hodnoty považuje inzerce vztahující se k jednotlivým zúčtovacím obdobím, ze které je Vydavatelem vystaven daňový doklad, za skutečnou a posledním dnem tohoto období. Na žádost Objednatele zašle Vydavatel společně s fakturou dokladový výtisk Titulu v elektronické podobě. Faktura je splatná do 14 kalendářních dnů od vystavení, není-li dohodnuto jinak. Splatnost faktur pro Objednatele se sídlem mimo území České republiky je 30 kalendářních dnů. K řádkové (kuponové) inzerci se dokladový výtisk neposkytuje.
- f) Neuvede-li Objednatel přesný rozměr inzerce a ponechá úpravu na Vydavateli, je podkladem pro výpočet ceny inzerce uveřejněný formát.
- g) Vydavatel je oprávněn požadovat na Objednateli zálohu nebo úhradu inzerce předem, a to na základě zálohové proforma faktury.
- h) Pokud nebudou pohledávky vydavatele uhrazeny Objednatelem ve lhůtě splatnosti, bude Vydavatel postupovat v souladu s čl. 8 k) těchto podmínek a ustanoveními občanského zákoníku.
- i) Závazek zaplatit cenu inzerce, který je plněn prostřednictvím banky, je splněn okamžikem připsání částky odpovídající ceně inzerce na účet Vydavatele.
- j) Pro případ prodlení Objednatele s placením ceny inzerce se sjednává smluvní úrok z prodlení ve výši 0,1 % (slovy: jedné desetiny procenta) z dlužné částky za každý den prodlení.
- k) Objednatel souhlasí s vystavováním a zasíláním zálohových proforma faktur a faktur ve formátu .pdf, na e-mailovou adresu pro tento účel Objednatelem zvolenou a prohlašuje, že tuto e-mailovou adresu aktivně užívá. Objednatel dále v této souvislosti prohlašuje, že disponuje příslušnými prostředky pro obdržení, ověření a otevření elektronické proforma faktury a faktury, zasílaných ve formátu .pdf.

- l) V případě pohledávek Vydavatele, které jsou více než 30 dnů po jejich splatnosti, je Vydavatel oprávněn tyto předat externím společenstvem k vymáhání. V takovém případě je Vydavatel povinen uhradit kromě úroku z prodlení uvedeného v odst. 8, písm. i) těchto Obchodních podmínek i veškeré náklady spojené s externím vymáháním dlužné pohledávky včetně nákladů na telefonické, písemné a faxové upomínky.
- m) Objednatel není oprávněn jednostranně započíst své pohledávky vůči pohledávkám Vydavatele ani je zastavit či jinak zatížit právem třetí osoby.

## 9. Odstoupení od smlouvy o inzerci, stornopoplatky

- a) Objednatel má právo od smlouvy o inzerci odstoupit.
- b) Odstoupení od smlouvy o inzerci musí být učiněno ve formě písemného oznámení o odstoupení, které musí být doručeno vydavatelství způsobem stanoveným pro učinění objednávky. Odstoupení od smlouvy není platné bez písemného potvrzení převzetí Vydavatelem.
- c) V případě odstoupení Objednatele od smlouvy o inzerci po přijetí objednávky Vydavatelem je Vydavatel oprávněn uplatňovat stornovací poplatky.
- d) V případě, že Objednatel odstoupí od smlouvy o inzerci, je Vydavatel oprávněn požadovat vrácení množstevních slev z cen opakující se inzerce nebo množstevních slev za objednaný objem inzerce, na které by Objednatel tímto odstoupením od smlouvy o inzerci zaniklo právo. Vydavatel je současně oprávněn požadovat po Objednateli úhradu nákladů vzniklých v souvislosti s odstoupením Objednatele od smlouvy o inzerci.

### e) Stornopoplatky:

#### Hospodářské noviny

– 10 až 5 pracovních dnů před zveřejněním 50 % z ceny inzerce

– 4 a méně pracovních dnů před zveřejněním 100 % z ceny inzerce

V termínu kratším než 5 pracovních dnů před zveřejněním lze inzerci zrušit jen s přihlédnutím k aktuálním podmínkám a k možnostem Vydavatele. V takovém případě bude Objednateli fakturována plná cena inzerce tak, jako by byla uveřejněna. Plná cena inzerce bude též fakturována v případě vyřazení objednané inzerce z tisku či jejího nezveřejnění z důvodu nedodání bezchybných inzertních podkladů Objednatelem v termínu podle platného ceníku inzerce, event. v náhradním termínu, písemně stanoveném pracovníkem příjmu inzerce.

#### Ekonom, egol, Proč ne?!, Respekt, tematické přílohy a všechny odborné magazíny

– 15 až 11 kalendářních dnů před zveřejněním 50 % z ceny inzerce

– 10 a méně kalendářních dnů před zveřejněním 100 % z ceny inzerce

V termínu kratším než 11 kalendářních dnů před zveřejněním lze inzerci zrušit jen s přihlédnutím k aktuálním podmínkám a možnostem Vydavatele. V takovém případě bude Objednateli účtována plná cena inzerce tak, jako by byla otištěna. Plná cena inzerce bude též účtována v případě vyřazení objednané inzerce z tisku z důvodu nedodání bezchybných inzertních podkladů Objednatelem v termínu podle platného ceníku inzerce, event. v náhradním termínu, písemně stanoveném pracovníkem příjmu inzerce. Rozhodující pro posouzení data převzetí storna je ve všech případech den doručení storna do oddělení příjmu inzerce **Economia, a.s.**, a čas, ohraničený pracovní dobou v příjmu inzerce, která je v pracovních dnech od 8 do 17 hod. Toto ustanovení se týká storna zasláného faxem či e-mailem. V případě objednávek inzertních pozic na 4. obálce (poslední straně) magazínu **Proč ne?!** je při stornu 100 a méně kalendářních dnů účtováno storno v plné výši inzerce.

#### Online inzerce (IHned.cz, Aktuálně.cz, Centrum.cz, Žena.cz a další obsahové weby provozované Vydavatelem)

Není-li v potvrzení objednávky uvedeno Vydavatelem jinak, platí při zrušení objednávky následující storno podmínky:

- při zrušení objednávky do 20 pracovních dnů od požadovaného spuštění kampaně 50 % z ceny uvedené v objednávce;
- při zrušení objednávky do 15 pracovních dnů od požadovaného spuštění kampaně 70 % z ceny uvedené v objednávce;
- při zrušení objednávky do 10 pracovních dnů od požadovaného spuštění kampaně 80 % z ceny uvedené v objednávce;
- při zrušení objednávky v době kratší než 10 dnů od požadovaného spuštění kampaně nebo později 100 % z ceny uvedené v objednávce;
- u dlouhodobých kampaní (min. během 3 a více měsíců) bude účtován rozdíl v ceně mezi ceníkovou cenou a poskytnutou slevou.

Vydavatel může v potvrzení objednávky uvést odlišné storno podmínky, než které jsou stanoveny v předchozím ustanovení těchto Obchodních podmínek.

## 10. REKLAMACE

- Reklamovat inzerci je možno písemně do 14 dnů po jejím zveřejnění.
- Objednatel má v případě zčásti nebo zcela nečitelné, nesprávné nebo neúplné inzerce nárok na náhradní uveřejnění nebo slevu. Způsob náhradního plnění je na rozhodnutí Vydavatele. V případě, že Vydavatel poskytne slevu, pak vždy v tom rozsahu, v jakém byl účel inzerce omezen.
- Objednatel nemá nárok na reklamaci odlišné barevnosti své inzerce, pokud současně s podklady pro otištění inzerce nedodal barevný kontrolní výtisk tištěné inzerce na hardproof médiu.
- Pokud Objednatel převezme odpověď na inzerci pod značkou, je případná reklamace bezpředmětná. Důvodem k reklamaci rovněž není skutečnost, že Objednatel neobdrží na svoji řádně zveřejněnou inzerci odpověď.
- Při zadání opakované inzerce se stejným motivem je Objednatel povinen zkontrolovat po každém zveřejnění její správnost a úplnost. Vydavatel neuzná reklamaci v tom případě, kdy se při opakované inzerci objevil tentýž nedostatek, aniž na něj byl Vydavatel bezpřesředně po předchozím uveřejnění upozorněn.

## 11. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- Reklamní články uveřejňuje Vydavatel výhradně v souladu s platným zněním zákona o regulaci reklamy a Kodexu reklamy.
- Vydavatel shromažďuje a předává Objednateli došlé odpovědi na inzerci pod značkou průběžně v době 4 týdnů ode dne zveřejnění. Po této době není povinen došlé odpovědi ani evidovat, ani uchovávat.
- Pravidla pro zveřejňování kuponové inzerce ve všech titulech Vydavatele jsou uvedena na jednotlivých kuponech. Ceny uvedené na kuponech jsou konečné a nevztahují se na ně žádné další slevy, příplatky ani provize.
- Vydavatel zaručuje pro všechny své tištěné tituly standardní jakost tisku inzerce limitovanou kvalitou dodaných inzertních podkladů, vstupního materiálu k tisku a tiskařskými normami.
- Vydavatel odpovídá pouze za škodu, která vznikla porušením jeho právních povinností, resp. povinností vyplývajících z těchto Obchodních podmínek či dalších ujednání na tyto Obchodní podmínky navazujících. Vydavatel a Objednatel se dohodli, že úhrnná předvídatelná škoda takto vzniklá může činit maximálně 50 000 Kč.
- Od ustanovení výše uvedených Obchodních podmínek je možno se odchýlit pouze na základě písemné dohody.

Tyto Obchodní podmínky nabývají účinnosti dne 1. 3. 2015.

**Dodatek č. 1 k Obchodním podmínkám vydavatelství **Economia, a.s.**  
(dále jen „Dodatek“ a „Obchodní podmínky“)**

## I. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

- Tento Dodatek upravuje či doplňuje Obchodní podmínky pro účel uveřejňování internetové inzerce na webových stránkách, tabletech a jiných mobilních zařízeních (dále jen „servery“), provozovaných vydavatelstvím **Economia, a.s.** (dále jen „provozovatel“).
- Součástí tohoto dodatku jsou aktuálně platné ceníky internetové inzerce, uveřejněné na [www.economia.cz](http://www.economia.cz).

## II. MONITORING INZERCE

- Informace o návštěvnosti serveru, na němž je reklama prodávána, jsou auditovány nezávislým auditem NetMonitor.
- Provozovatel umožní na základě písemného vyžádání Objednateli internetové inzerce bezplatný přístup do on-line reklamního systému zobrazujícího statistiky počtu zobrazení, prokliků a efektivity jeho reklamní kampaně na základě objednané inzerce.

## III. PODKLADY K UVEŘEJNĚNÍ INZERCE

- Objednatel se zavazuje nejpozději 5 pracovních dní před požadovaným uveřejněním inzerce zaslat provozovateli objednávku a minimálně 3 pracovní dny před požadovaným uveřejněním inzerce provozovateli dodat podklady k inzerci standardních reklamních formátů, a to v elektronické formě ve formátech GIF, Flash, HTML, JPG tak, aby nebyly nutné další úpravy ze strany provozovatele. Podklady pro nestandardní formáty je nutné dodat k otestování minimálně 5 pracovních dní před požadovaným zveřejněním. Pokud podklady přesáhnu datovou velikost uvedenou v technické specifikaci uvedené v ceníku inzerce, bude Objednatel tento datový přesah účtován, a to až do výše 20 % z ceny reklamní pozice.
- Provozovatel může Objednatele upozornit na chybné zpracování dodaných podkladů a stanovit mu přiměřenou lhůtu k nápravě.
- V případě pozdního dodání podkladů či dodání podkladů chybných provozovatel neodpovídá za škody tímto Objednateli či třetím osobám způsobené.

## IV. PLATEBNÍ PODMÍNKY

- Dnem uskutečnění zdanitelného plnění se rozumí poslední den uveřejnění inzerce, resp. den ukončení reklamní kampaně. V případě, že inzerce (reklamní kampaň) je uveřejněna po dobu dvou a více kalendářních měsíců, může provozovatel fakturovat dílčím způsobem tak, že za každý kalendářní měsíc, v němž je kampaň realizována, bude fakturována skutečně realizovaná část inzerce, přičemž dnem uskutečnění zdanitelného plnění takovéto části inzerce se rozumí vždy poslední den v průběžném kalendářním měsíci, ve kterém byla inzerce uveřejněna, a poslední den uveřejnění inzerce v konečném kalendářním měsíci.
- Provozovatel může žádat platbu předem. V takovém případě není povinen kampaň spustit dříve než 1 pracovní den po připsání příslušné částky na účet provozovatele.
- V případě prodlení Objednatele s úhradou ceny inzerce (reklamní kampaně) je provozovatel oprávněn pozastavit poskytování kampaně a taková kampaň se považuje za ukončenou z důvodů na straně Objednatele. Objednatel je v takovém případě oprávněn žádat úhradu smluvní pokuty ve výši hodnoty inzerce z důvodů na straně Objednatele neuskutečněné, avšak řádně objednané kampaně. Objednatel se zavazuje tuto smluvní pokutu uhradit do 7 dnů ode dne výzvy provozovatele. Po řádné úhradě faktury či zálohové proforma faktury je možné se dohodnout na pokračování kampaně, je-li to s ohledem na neobsazenost reklamního prostoru provozovatele i nadále možné. V takovém případě se nárok na smluvní pokutu neuplatní.

## V. REKLAMACE

- V případě, že provozovatel nedodrží počet impresí garantovaný objednávkou, má Objednatel právo požadovat slevu nebo kompenzační plnění. Nárok na slevu nebo kompenzační plnění uplatní Objednatel písemnou formou nejpozději do 3 pracovních dnů od ukončení kampaně.
- Pro účely stanovení nároku na slevu nebo kompenzační plnění je rozhodující evidence on-line inzertního systému provozovatele.
- Pokud Objednatel uplatní u provozovatele oprávněný nárok na kompenzační plnění, provozovatel jej poskytne ve výši nedočerpaného počtu impresí.
- Pokud není dohodou obou stran stanoveno jinak, bude kompenzační plnění zrealizováno bez zbytečného odkladu po obdržení a odsouhlasení písemného nároku, a to až do splnění objemu stanoveného v odstavci V. písmeno c/ tohoto dodatku.
- Jestliže Objednatel uplatní u provozovatele oprávněný nárok na slevu z ceny kampaně, bude tato sleva stanovena na základě poměru skutečně realizovaného a objednaného počtu impresí. Částku odpovídající této slevě provozovatel poukáže Objednateli formou dobropisu.

## VI. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- Od ustanovení tohoto dodatku je možno se odchýlit pouze na základě písemné dohody.
- Skutečnosti, které nejsou upraveny objednávkou ani tímto dodatkem, se řídí Obchodními podmínkami v aktuálním znění uveřejněným na [www.economia.cz](http://www.economia.cz).

**PŘÍJEM INZERCE**

<b>Economia, a.s.</b>	Pernerova 47	186 00 Praha 8	
	<b>telefon</b>	<b>telefon</b>	<b>e-mail</b>
<b>BACK OFFICE INZERCE</b>	233 073 169	233 071 216	inzerce@economia.cz

**Economia, a.s.**  
Pernerova 47, 186 00 Praha 8  
www.economia.cz  
e-mail: inzerce@economia.cz  
objednávky fax: 224 800 373

IČ: 28191226, DIČ: CZ28191226  
bankovní spojení: Raiffeisenbank, a.s.  
číslo účtu: 26175028/5500

**e.conomia**  
**obsah rozhoduje**