

Platný od 1. 9. 2024

# Speciální formáty ONLINE



**e.conomia**

## Aktuálně.cz - BeNative

Kreativně-obsahové studio on-line deníku Aktuálně.cz, kde vzniká kvalitní obsah ve spolupráci s partnery. Aktuálně.cz BeNative přináší obsah připravený na míru podle zájmu čtenářů a komunikačních potřeb partnera.

<b>Textový výstup</b>	Článek formou textového výstupu, rozhovoru atp. Po dohodě s redakcí je možnost doplnit text o video klienta	<b>od 80 000 Kč</b>
<b>Textový výstup + fotogalerie / video</b>	Kombinace textu a fotogalerie (např. reportáž z výroby atp.)	<b>od 90 000 Kč</b>
<b>Fotogalerie</b>	Ilustrativní fotogalerie na zadané téma + krátké popisky	<b>od 70 000 Kč</b>
<b>Kvíz</b>	Text formou otázek a předem nastavených možností odpovědí	<b>od 70 000 Kč</b>
<b>Online poradna</b>	Interaktivní formát přímé debaty mezi čtenáři a zástupcem partnera. Výstup obsahuje anotaci na debatu den předem, medailonek zástupce a samotnou debatu po dobu jedné hodiny.	<b>od 150 000 Kč</b>
<b>Infografika</b>	Text s vizualizací daného tématu. Výstup je doplněn o infografiku - grafické a interaktivní prvky, infoboxy, data apod.	<b>od 200 000 Kč</b>
<b>Tematický seriál</b>	Texty na předem dohodnuté téma (min. 6 výstupů) + vytvoření záložky, která sdružuje veškeré vydávané výstupy v rámci projektu.	<b>od 500 000 Kč</b>
<b>Microsite</b>	Obsah a graficky zpracované téma do samostatné landing page, obvykle zahrnující texty, rozhovor, reportáž, fotogalerii, kvíz aj.	<b>od 400 000 Kč</b>
<b>Komplexní projekt na klíč</b>	Projekt na klíč kombinuje různé formy výstupů s možností přesahu do dalších mediátypů, např. v kombinaci s tituly HN.cz, Ekonom.cz, ProcNe.hn.cz aj.	<b>od 450 000 Kč</b>
<b>Sponzoring podcastu - Spotlight</b>	Denní podcast (po-pá), cena za audioreklamu - sponzoring na 1 měsíc.	<b>100 000 Kč</b>
<b>Obsahové speciály - partnerství</b>	Tvorba tematického nezávislého obsahu. Témata podpořená redakcí či obsah, kterému se redakce věnuje dle svého redakčního plánu za podpory partnera.	<b>od 500 000 Kč</b>
<b>Debata Aktuálně</b>	Odborná debata pro 1–3 partnery. Výstup zpracovaný redakcí obsahuje text, video a podcast na Aktuálně.cz. Výstup je označený jako partnerský.	<b>od 200 000 Kč</b>

<b>Žena/Magazín, Aktuálně.cz - BeNative</b>		
<b>Textový výstup ve spolupráci</b>	Tvorba tematického redakčního nezávislého obsahu na předem dohodnuté téma, výstup je označen „ve spolupráci s...“. Možnost vložení komentáře partnera/odborníka, ilustrativní fotografie/product placementu, dat partnera aj.	<b>od 50 000 Kč</b>
<b>Online poradna</b>	Interaktivní formát online debaty mezi čtenáři a zástupcem partnera. Výstup obsahuje anotaci na online debatu den předem + medailonek zástupce a online debatu po dobu jedné hodiny + aktualizovaný výstup z debaty.	<b>od 75 000 Kč</b>
<b>Tematický seriál</b>	Tvorba tematického nezávislého obsahu. Témata podpořená redakcí či obsah, kterému se redakce věnuje dle svého redakčního plánu za podpory partnera.	<b>od 250 000 Kč</b>
<b>Microsite</b>	Tvorba tematického nezávislého obsahu zpracovaného do samostatné landing page. Témata podpořená redakcí či obsah, kterému se redakce věnuje dle svého redakčního plánu za podpory partnera.	<b>od 300 000 Kč</b>

<b>HN.cz - BeNative</b>		
Kreativně-obsahové studio Hospodářských novin, kde vzniká kvalitní obsah ve spolupráci s partnery. Redakce Hospodářských novin přináší obsah připravený na míru podle zájmu čtenářů a komunikačních potřeb partnera. Primárně jsou výstupy publikovány online, ale lze je překloupat i do printu.		
<b>Textový výstup</b>	Článek zpracovaný redakcí formou textového výstupu, rozhovoru atp. Text na online označený jako partnerský projekt HN BeNative. Klient navrhne téma či hosta na rozhovor, redakce následně zpracuje a navrhne, jak téma ideálně uchopit pro co největší spokojenost klienta i našich čtenářů. Promo: garance vizibility na HP HN.cz, sociální síte HN (FB, LI, TW). Garance na PV nedáváme, obvykle je 1 - 2,5 tis.(dle tématu, aktuálnosti...).	<b>od 80 000 Kč</b>
<b>Textový výstup + překlopení do printu</b>	Viz. výše překlopené i do printu 1:1	<b>od 150 000 Kč</b>
<b>Infografika</b>	Redakční text na předem dohodnuté téma, které je doplněno o infografiku - data, fotogalerie, grafické a interaktivní prvky apod.	<b>od 150 000 Kč</b>
<b>Microsite</b>	Redakční obsah a graficky zpracované téma do samostatné landing page, obvykle zahrnující texty, rozhovor, reportáž, fotogalerii, kvíz aj.	<b>od 350 000 Kč</b>
<b>Tematický seriál</b>	Redakční výstupy (text/rozhovor/podcast/debata) na předem dohodnuté téma (min. 6 výstupů) + vytvoření záložky, která sdružuje veškeré vydávané výstupy v rámci projektu.	<b>od 500 000 Kč</b>
<b>Sponzoring podcastu - Ranní brífink</b>	Denní podcast (po-pá), cena za sponzoring na 1 měsíc.	<b>100 000 Kč</b>
<b>Sponzoring podcastu - MoneyPenny</b>	Občasný podcast (min. 1 x měsíčně), cena za sponzoring na 1 měsíc.	<b>80 000 Kč</b>
<b>Advertorial</b>	Výjimečný formát v rámci online HN. Umístění na Brand Lab. Bez proma.	<b>od 60 000 Kč</b>
<b>Debata HN</b>	Odborná debata pro 3-4 partnery. Výstup obsahuje text, video a podcast. Umístění výstupu pod HN.cz a Aktuálně.cz. Překlopení do printu 1/1.	<b>od 210 000 Kč</b>

## Ekonom.cz - BeNative

Kreativně-obsahové studio v týdeníku Ekonom připravuje kvalitní obsah ve spolupráci s partnery. Redakce přináší obsah připravený na míru podle zájmu čtenářů a komunikačních potřeb partnera. Primárně jsou výstupy publikovány online, ale lze je překloupat i do printu.

<b>Textový výstup + překlopení do printu</b>	Text (1/1 strany) psaný ve spolupráci s redakcí (vydání online + print 1:1)	<b>od 80 000 Kč</b>
<b>Textový výstup + překlopení do printu</b>	Text ( 2/1 strany) psaný ve spolupráci s redakcí (vydání online + print 1:1)	<b>od 140 000 Kč</b>
<b>Podcast Na vlně podnikání Business</b>	Samostatný podcast s hostem na www.ekonom.cz + platformy Soundcloud, Spotify, Apple a Google Podcasts Výstup v týdeníku Ekonom 1/1 - výběr toho nejzajímavějšího z online rozhovoru připravený pro print s označením ‚Speciální projekt‘	<b>90 000 Kč</b>
<b>Microsite - BeNative</b>	Redakční obsah a graficky zpracované téma do samostatné landing page, obvykle zahrnující texty, rozhovor, reportáž, fotogalerii, kvíz aj.	<b>od 150 000 Kč</b>
<b>Redakční speciál - BeNative</b>	Dlouhodobý redakční speciál na jedno téma kombinuje různé formy a četnosti výstupů a to po dobu min. 2 měsíců a více. Jde o formáty článků, podcastů, infografiky apod.	<b>od 250 000 Kč</b>
<b>Debata EK</b>	Odborná debata pro 3-4 partnery. Výstup obsahuje text, video a podcast. Umístění výstupu na ekonom.cz, HN.cz a Aktuálně.cz + tištěná verze v týdeníku Ekonom 2/1 strany.	<b>od 180 000 Kč</b>
<b>Sponzoring podcastu - Na vlně podnikání</b>	Týdenní podcast , cena za sponzoring na měsíc	<b>80 000 Kč</b>

# Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s.

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

## 1. ROZSAH PLATNOSTI

- Obchodní podmínky upravují uveřejňování inzerátů, prospektových příloh a elektronické formy inzerce (dále společně jen „**Inzerce**“) v periodických i neperiodických titulech a elektronické formy inzerce 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, čitelně jméno a podpis Objednatele, jeho statutárního orgánu nebo jeho oprávněného zástupce, a dále přesné zadání objednané služby. Je-li Objednatelem osoba, zprostředkávající uveřejnění inzerce 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 inzerce a kalkulaci ceny.
- Potvrzením objednávky je mezi Vydavatelem a Objednatelem uzavřena smlouva o inzerci.
- Potvrzené objednávky speciálních forem inzerce, jako vkládané, všívané, popř. vlepané suplementy či předměty, se stávají pro Vydavatele závaznými v okamžiku dodání vzorových produktů a jejich schválení pracovištěm příjmu inzerce.

## 3. INZERTNÍ PODKLADY

- Za včasné a bezchybné dodání inzerčních podkladů na pracoviště inzerce 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

Objednávky: 3 pracovní dny před zveřejněním

Inzerční podklady: 3 pracovní dny před zveřejněním

### – magazínový formát produktu s týdenní periodicitou a neperiodické projekty

Objednávky: 10 pracovních dnů před zveřejněním

Inzerční podklady: 10 pracovních dnů před zveřejněním

### – magazínový formát produktu s měsíční periodicitou

Objednávky: 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 inzerce. 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 inzerce je Objednatel povinen převzít veškeré závazky z takovýchto oprávněných nároků vyplývající nebo je povinen nahradit vydavatelství škody, které mu výše uvedeným nepatřičným jednáním Objednatele vzniknou.
- Podklady pro výrobu inzerce se Objednateli vracejí jen na vyžádání. V úseku inzerce se uchovávají tři měsíce po uveřejnění, pokud není dohodnuto jinak.
- Podklady na el. médiích se Objednatelům vracejí z důvodu hladkého průběhu případného reklamačního řízení nejdříve 15. den po zveřejnění inzerce.
- 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 inzerce daného rozsahu či finančního objemu, může s Vydavatelem uzavřít tzv. rámcovou smlouvu o uveřejňování inzerce 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 inzerce daného rozsahu či finančního objemu, z toho vyplývající slevy, titul (tituly), v kterém má být inzerce uveřejněna, případně další ujednání.
- Podle dohody stran může rámcová smlouva zahrnout i inzerce, která byla realizována v období 12 měsíců před koncem účinnosti rámcové smlouvy, za předpokladu, že tato inzerce byla řádně a včas uhrazena. Podmínkou je, aby cena této předchozí inzerce činila méně než 50 % z celkového objemu inzerce stanoveného rámcovou smlouvou. Vznikne-li v důsledku zahrnutí již realizované inzerce do rámcové smlouvy v souladu s tímto odstavcem Objednateli nárok na slevu z ceny této inzerce, bude tato sleva vyplacena až po ukončení účinnosti rámcové smlouvy, dříve jedině za předpokladu, že již došlo k vyčerpání objemu inzerce předpokládaného rámcovou smlouvou.
- Rovněž uveřejnění inzerce na základě rámcové smlouvy probíhá na základě jednotlivých objednávek.
- Slevy vyplývající z rámcové smlouvy budou poskytnuty pouze v případě, že inzerce 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 inzerce v dohodnutém rozsahu z důvodů, za které nese Vydavatel odpovědnost, zavazuje se Objednatel uhradit Vydavateli rozdíl mezi cenou za dohodnutý a za skutečně uveřejněný rozsah inzerce.

# Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s.

## 5. VYDAVATELSKÉ PODMÍNKY

- a) Vydavatel si vyhrazuje právo oddělit inzerci od redakčního obsahu linkou, případně rámečkem a označením inzerce slovy „INZERCE“, „KOMERČNÍ PREZENTACE“ či jiným obdobným způsobem společně s přiděleným číslem inzerce. V případě inzerce o formátu 1/1 strany na spad si však Vydavatel vyhrazuje právo umístit toto označení přímo do plochy inzerce. Objednatel bere na vědomí, že takováto úprava nemůže být považována za důvod k reklamaci.
- b) U periodik Vydavatel uveřejní inzerci ve všech jejích vydáních v souladu s objednávkou. Nepotvrdí-li Objednatel ve své objednávce, že požaduje uveřejnit inzerci v elektronickém vydání, platí, že inzerce bude uveřejněna pouze v tištěném vydání včetně jeho případné kopie ve formátu PDF. Nepotvrdí-li Objednatel ve své objednávce, že požaduje uveřejnit inzerci v tištěném vydání, platí, že inzerce bude uveřejněna pouze v elektronickém vydání s výjimkou případné kopie tištěného vydání ve formátu PDF.
- c) Pokud Objednatel neobjedná konkrétní typ, rozměr, umístění či termín inzerce, má se za to, že přenáší tuto volbu na vydavatelství s tím, že uhradí cenu inzerce odpovídající skutečně realizované inzerci. Vydavatel pak uveřejní inzerci podle vlastního uvážení, a to s ohledem na aktuální možnosti daného periodika.
- d) Pokud Objednatel objedná inzerci o rozměrech, které neodpovídají standardním rozměrům inzerce titulu, bude inzerce v rámci technických možností přizpůsobena nejbližšímu možnému rozměru a tak také potvrzena a kalkulována.
- e) Vydavatel si též vyhrazuje právo gramaticky upravit text inzerce podle platných pravidel českého pravopisu.
- f) Pokud Objednatel předá graficky nezpracovanou inzerci, bude grafická úprava provedena v rozměrech odpovídajících předloze.
- g) Náhled vyrobené inzerce 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 odmítnuti 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 uzávěrky 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 zpravidla 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 uskutečněnou k poslednímu dni 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.
- 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 zasláním 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 společností k vymáhání. V takovém případě je Vydavatel povinen uhradit kromě úroku z prodlení uve

# Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s.

ného 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 INZERCÍ, STORNOPOPLATKY

- Objednatel má právo od smlouvy o inzerci odstoupit.
- 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.
- V případě odstoupení Objednatele od smlouvy o inzerci po přijetí objednávky Vydavatelem je Vydavatel oprávněn uplatňovat stornovací poplatky.
- 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, PročNe

- 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 i storna zaslaného faxem či e-mailem. V případě objednávek inzertních pozic na 4. obálce (poslední straně) magazínu PročNe je při stornu 100 a méně kalendářních dnů účtováno storno v plné výši inzerce.

#### Komerční a speciální tematické přílohy a všechny odborné magazíny

- 30 až 25 kalendářních dnů před zveřejněním 50 % z ceny inzerce – 24 a méně kalendářních dnů před zveřejněním 100 % z ceny inzerce.

## Online inzerce (HN.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.
- 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 bezprostředně 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 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 13. 4. 2020. Předchozí znění Obchodních podmínek je dostupné pod tímto odkazem:

[https://www.economia.cz/wp-content/uploads/2020/04/OP\\_Economia\\_platnost-do-12.4.2020.pdf](https://www.economia.cz/wp-content/uploads/2020/04/OP_Economia_platnost-do-12.4.2020.pdf)

# Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s.

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

## I. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

- a) 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“).
- b) Součástí tohoto dodatku jsou aktuálně platné ceníky internetové inzerce, uveřejněné na [www.economia.cz](http://www.economia.cz).

## II . MONITORING INZERCE

- a) Informace o návštěvnosti serveru, na němž je reklama prodávána, jsou auditovány nezávislým auditem NetMonitor.
- b) 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

- a) 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, HTML5, 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 přesáhnou datovou velikost uvedenou v technické specifikaci uvedené v ceníku inzerce, bude Objednateli tento datový přesah účtován, a to až do výše 20 % z ceny reklamní pozice.
- b) Provozovatel může Objednatele upozornit na chybné zpracování dodaných podkladů a stanovit mu přiměřenou lhůtu k nápravě.
- c) V případě pozdního dodání podkladů či dodání podkladů chybných provozovatel neodpovídá za škody tímto Objednateli či třetím osobám způsobené.

## IV. PLATEBNÍ PODMÍNKY

- a) 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 provo-

- zovatel 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.
- b) Provozovatel může žádat platbu předem. V takovém případě není povinen kampaň spustit dříve než 1 pracovní den po připsání příslušné částky na účet provozovatele.
  - c) V případě prodloužení 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 neuskutečnění, 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

- a) 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.
- b) Pro účely stanovení nároku na slevu nebo kompenzační plnění je rozhodující evidence on-line inzertního systému provozovatele.
- c) Pokud Objednatel uplatní u provozovatele oprávněný nárok na kompenzační plnění, provozovatel jej poskytne ve výši nedočerpaného počtu impresí.
- d) 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.
- e) 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

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



## PŘÍJEM INZERCE

<b>Economia, a.s.</b>	Pod dráhou 1637/2	170 00 Praha 7
<b>BACK OFFICE INZERCE</b>	<b>telefon</b> 233 073 169	<b>e-mail</b> inzerce@economia.cz

**Economia, a.s.**

Pod dráhou 1637/2, Holešovice, 170 00 Praha 7  
www.economia.cz  
e-mail: inzerce@economia.cz  
objednávky fax: 224 800 373

IČ: 28191226, DIČ: CZ28191226  
bankovní spojení: Raiffeisenbank a.s.,  
č. účtu: 5080116611/5500

**e.conomia**