

Platný od 1. 1. 2025

# Ceník inzerce speciálních formátů – print

Tematické magazíny ■ Speciální novinové přílohy ■ Partnerské přílohy a magazíny

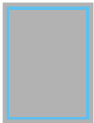
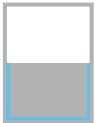
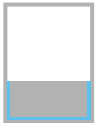
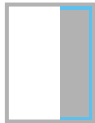



**e.conomia**

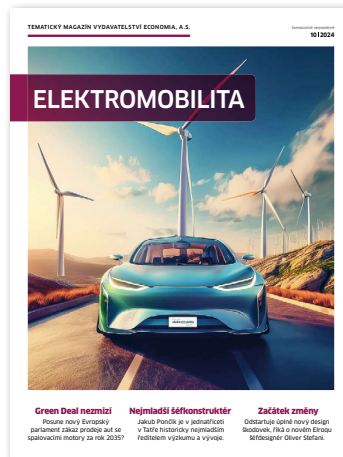
# TEMATICKÉ MAGAZÍNY VKLÁDANÉ DO HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN

Edice tematických magazínů, vkládaných do Hospodářských novin, sledující odborná i lifestyle témata. Informace analyzované z mnoha úhlů, které pomohou čtenářům se lépe rozhodnout. V této edici najdou čtenáři konkrétní zkušenosti firem, názory expertů i servisní informace týkající se řady oborů - od průmyslu, vzdělávání, umění, technologií apod.

## Tematické magazíny – formáty (v mm) a ceny barevné inzerce (v Kč)

inzerce na zrcadlo na spad	<b>1/1</b> 179 x 240 201 x 267	<b>1/2</b> 179 x 120 201 x 132	<b>1/3A</b> 179 x 76 201 x 88	<b>1/3B</b> 57 x 240 71 x 267	<b>1/4</b> 179 x 60 201 x 72
					
	247 500	135 300	93 500	93 500	73 700

- Rozměry »NA SPAD« jsou uvedeny v čistém formátu po ořezu. Pro ořez je nutné zajistit překreslení o dalších 5 mm nad čistý formát po obvodu inzerátu.
- Inzeráty mohou být umístěny na liché i na sudé straně.
- Další možností spolupráce jsou partnerské rozhovory nebo advertorialy. Cena a podmínky na vyžádání.



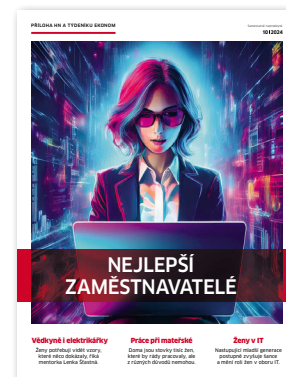
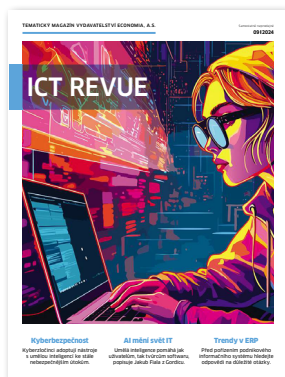
# TEMATICKÉ MAGAZÍNY VKLÁDANÉ DO HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN A EKONOMU

Magazíny vycházející jako kombinovaná příloha Hospodářských novin a Ekonomu.

## Kombinace **Hospodářské noviny + Ekonom** – formáty (v mm) a ceny barevné inzerce (v Kč)

inzerce	1/1	1/2	1/3A	1/3B	1/4
na zrcadlo	179 x 240	179 x 120	179 x 76	57 x 240	179 x 60
na spad	201 x 267	201 x 132	201 x 88	71 x 267	201 x 72
HN + EK	309 500	170 200	117 600	117 600	92 900

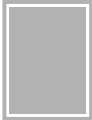



- Další formáty inzerátů jsou možné po projednání v redakci speciálních příloh.
- Rozměry »NA SPAD« jsou uvedeny v čistém formátu po ořezu. Pro ořez je nutné zajistit překreslení o dalších 5 mm nad čistý formát po obvodu inzerátu!
- Inzeráty mohou být umístěny na liché i na sudé straně.
- Další možnosti spolupráce jsou partnerské rozhovory nebo advertorialy. Cena a podmínky na vyžádání.



# SPECIÁLNÍ NOVINOVÉ PŘÍLOHY

Edice speciálních příloh Hospodářských novin přináší zajímavé informace napříč společnostmi. Analýzy, rozhovory a komentáře týkající se oblasti byznysu i veřejného života. Díky speciálním přílohám získá čtenář na pár stránkách hluboký vhled do mnoha témat, které rezonují ve společnosti.

## Speciální novinové přílohy – formáty (v mm) a ceny barevné inzerce (v Kč)

inzerce na zrcadlo	<b>1/1</b> 263 x 380	<b>1/2</b> 263 x 185	<b>1/3</b> 263 x 120	<b>1/4A</b> 263 x 90
				
Ceny inzerce	438 900	251 900	195 100	146 700

- Obsahová spolupráce formátu 1/1 je možná. Její cena a podmínky na vyžádání.
- Další možností spolupráce jsou partnerské rozhovory nebo advertorialy. Cena a podmínky na vyžádání.



# KOMERČNÍ VÝSTUPY, PŘÍLOHY A MAGAZÍNY

## Prezentace vaší společnosti se může stát součástí HN nebo týdeníku Ekonom!

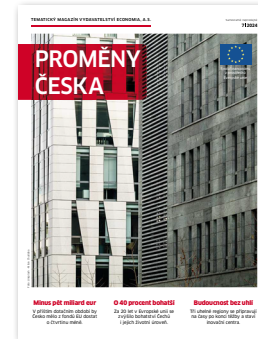
Chcete, aby informace o vaší firmě byly podány čtenářům čtivou a inovativní formou? Mediální dům Economia nabízí služby svého kreativního týmu, který připraví návrh efektivní komunikace, zpracuje potřebné informace a v té nejlepší novinářské kvalitě a graficky je ztvární tak, že čtenáře opravdu zaujmou. Ať půjde o představení vaší činnosti, produktů, rozhovor s vedením či zpracování rozsáhlejšího tématu, vše obdržíte ve formě, kterou čtenář ocení.

Nezanedbatelnou výhodou je možnost vytisknout tuto přílohu ve vyšším nákladu a využít ji na výstavách, konferencích a pro další firemní účely.



### ADVERTORIAL/PR

<b>Hospodářské noviny</b> (263 x 380 mm)	438 900 Kč
<b>PročNe</b> (212 x 279 mm)	233 300 Kč
<b>Ekonom</b> (179 x 240 mm)	240 900 Kč
<b>Právní rádce</b> (232 x 297 mm)	71 500 Kč
<b>Logistika</b> (186 x 244 mm)	71 500 Kč



SPECIALNÍ PROJEKT

## Maďarsko všemi smysly

Budapešť plná zážitků – lázně, parky, výhledy z mostů, jedinečné restaurace a kavárny i výjimečná architektura. Metropole Maďarska vás vtáhne a nebude chití pusit.

Slat pro tělo i duši – kam v Maďarsku šlápnete, tam jsou lázně s tradicí i léčebnými i termálními prameny. Nabízejí odzdravnou relaxaci, často v dechberoucích architektonických kulíšcích.

Jídlo mnoha chutí – paprice v této zemi neuniknete téměř v žádném pokrmu. Maďarská gastronomie ale nabízí mnohem více než jen guláš, langos nebo klobásy. Pýšní se několika michelinskými doporučeními i věhlasnými dezerty. Stejně tak i dokonalými viny.

■ PročNe

27. květen 2024

## UDRŽITELNOST V PRAXI

Jaký vliv má politika EU a evropské dotační systémy na průmyslové podniky v Česku a ve střední Evropě?

Firmy už se probouzí  
Lidstvo začíná vnímat  
vlastní roli v podpoře  
sustainable business

■ Hospodářské Noviny

ADVERTORIAL

T-MOBILE

## Digitalizace zemědělství s technologiemi T-Mobile

ZEMĚDĚLSTVÍ A LIDEM VÍŠÍ ŠLOU NEJNOVĚJŠÍ VÝZVAMY VÝZNAMNÝM OBLASTEM, KDE MŮŽEME NABÍDEK SPOLEČNOSTI A KVALITU PRŮMYŠLOVÝCH ŘEŠENÍ. RKA (RNDŘCH HEMER, SENIOR BUSINESS ARCHITECT) PRO PŘÍKLADY A VE SPOLUPRÁCI S T-MOBILE.

Právě zemědělství (a zemědělské služby) vyvíjí zájem, což se odráží na kvalitě potraviny a celkové konkurenčnosti společnosti.

Digitalizace v zemědělství se stala klíčovým prvkem pro zvýšení produktivity a snížení nákladů, a to nejen v oblasti kvantit, paliva či vody. V zemědělství se investice do novějších zemědělských strojů a pokročilých technologií, jako jsou řízené osivy pro monitorování kláse, slouží k přilnavosti investic, ale i k větší odolnosti vůči povětrnostním podmínkám. Právě zemědělství umožňuje efektivnější využití zdrojů, což se odráží na kvalitě potraviny a celkové konkurenčnosti společnosti. "Využíváme Home. Data-driven management umožňuje lepší předpovědi a plánování, což přispívá ke zlepšení pracovních podmínek a zdraví lidí."

T-Mobile navázal dlouhodobou spolupráci s univerzitami, a to i v České zemědělské univerzitě v Praze

(CZ) mají klíčovou roli. "Spolupráce s akademickým světem nám přináší nové spíše výzkum a inovace, ale i možnost poskytnout důkladné a praktické řešení se dlouhodobě udržitelným." říká Hemer. Mnozí hlavní předpoklady samostatnosti v SZK pro laboratorní a školní a školní krajina. Anotace, kde se T-Mobile zaměřuje na vývoj technologií, které přispívají k udržitelnosti a ochraně krajiny.

Platforma pro precizní zemědělství Na projektu SC Platforma pro precizní zemědělství se T-Mobile spojil s společností a CZ) a dalšími partnery. Tento projekt je důležitý, protože inovace v zemědělství potřebuje inovativní, a T-Mobile zde přináší klíčové řešení. "Spolupráce s univerzitami a to i v České zemědělské univerzitě v Praze

práci vyvolat podobně vysokou a účinnou investici, což jsou klíčové faktory pro modernizaci zemědělských podniků. Hlavní výzva bude zvýšení mobilnosti aplikací v vzdálených oblastech, což je jeden z důležitých aspektů tohoto projektu.

Dalším klíčovým faktorem, které T-Mobile využívá, je systém T-Process Platforma. "Ade se odlišit moduluje se systémy, které umožňuje statistické aplikace, například autonomní řízení dronů," vysvětluje Hemer. Tento systém je navíc základem pro precizní zemědělství, ale má široké uplatnění i v průmyslových procesech, kde se využívá pro kontrolu kvality výroby prostřednictvím strojového zpracování obrábění.

Budoucnost digitálního zemědělství Firma plánuje další rozvíjení a inovace v oblasti digitálního zemědělství. "Projekt SC Platforma pro precizní zemědělství sepeře rozšířit a bude poskytnout podpora také pro inovaci a modernizaci výroby," říká Hemer. Společnost rovněž plánuje rozšíření svých aktivit prostřednictvím různých akcí, jako je setkání na Analt (i) a setkání s výzkumem zemědělství, kde se setkají partneři a zástupci, aby diskutovali o budoucnosti obecně zemědělství.

T-Mobile se tímto společením stává nejen o digitální technologii, ale i o inovaci v zemědělství, ale také o poskytnutí a rozšíření svých služeb a celkové společnosti odpovědnosti. "Jako společnost s udržitelnou inovací, ale i o ochranu krajiny a společnosti odpovědnosti, což jsou hodnoty, které se vztahují k poskytnutí a poskytnutí," dodává Hemer.

■ Ekonom

# Parametry inzertních podkladů

Pokud dodané podklady nebudou splňovat TP dle <https://ad.economia.cz/reklama-v-tistenych-titulech/parametry-inzertnich-dat/>, může být dodatečná úprava či výroba inzerce zpoplatněna až do výše 5000 Kč. O kvalitě dodaných podkladů rozhoduje vždy kvalifikovaný grafik na vstupní kontrole inzertních podkladů.

## KOMPLETNĚ ZLOMENÉ INZERÁTY

### PŘÍPUSTNÉ FORMÁTY SOUBORŮ

Rozlišení pro obrázky použité v inzerátech pro HN 200 DPI, pro časopisy 300 DPI, pérovky vždy 600 DPI.

- **Plnohodnotné tiskové PDF (PS), nepoužívat RGB a LAB barevný prostor.**
- **Illustrator EPS (MAC, PC):** verze CS5 a novější, **písma v křivkách.**
- **Rastrované celoinzertní podklady (nedoporučuje se):** Photoshop (TIF, EPS) 300 až 600 DPI.

**V zájmu plynulé datové komunikace mezi Economia, a.s. a tiskárnou je nutné dodržet orientační maximální datové limity pro jednotlivé inzeráty takto: 1/1 strany 60 MB, 1/2 strany 15 MB a 1/4 strany 7 MB.**

Inzeráty, které budou z důvodu složitější grafiky (nikoliv nevhodného zpracování) datově náročnější, bude nutné individuálně projednat.

**Pro černobílou i barevnou inzerci musí mít negativní písmo v plochách tyto hodnoty:**

- bezpatkové písmo – novinový tisk – min. 10 bodů, řezy Bold a silnější, magazíny – min. 9 bodů, řezy Regular, Bold a silnější,
- patkové písmo – novinový tisk – min. 11 bodů, řezy Bold a silnější, magazíny – min. 10 bodů, řezy Bold a silnější.

Negativní tahy v soutisku minimálně 0,5 bodu.

V nejsytějších a nejtmavších pasážích inzertních podkladů je třeba dodržet hodnotu optimálního pokrytí barvou. Při nedodržení tohoto parametru bude hodnota plošného pokrytí automaticky optimalizována.

**Pro novinový tisk:** v součtu CMYK činí max. 240.

**Pro titul Ekonom:** v součtu CMYK činí max. 280.

**Pro ostatní magazíny:** v součtu CMYK činí max. 300.

Soubory PDF exportované z inzertních podkladů vytvářených v aplikaci InDesign doporučujeme distilovat z postscriptu, nikoli je vytvářet přímým exportem z aplikace InDesign.

## ZPŮSOBY DODÁVÁNÍ INZERTNÍCH PODKLADŮ

Soubory s inzertními podklady přijímáme pouze v PDF formátu elektronickou cestou na uvedeného referenta příjmu inzerce.

## FOTOGRAFIE, DIAPOZITIVY – BITMAPOVÉ SOUBORY

- polotón; min. rozlišení 200 DPI/100% velikost v HN a 300 DPI/100 % v Ekonomu; procentuální hodnoty světlých partií min. 5 %, tmavých partií max. 90 %,
- pérovky a loga v rozlišení 600–1200 DPI.

**Přípustné formáty souborů:** \*.TIF, \*.EPS Photoshop  
a plnohodnotné (Photoshop) \*.PDF.

## VEKTOROVÉ SOUBORY

**Vektorová loga, kresby, technické výkresy; použité fonty je nutno rozebrat do křivek (funkce: convert to curves; create outlines).**

**Přípustné formáty souborů:** Illustrator CS5 a novější (MAC, PC – \*.AI), Corel Draw X4 a nižší (PC – export do formátu EPS) – fonty do křivek, barvy do CMYK.

## KOMPRIMACE

ZIP, RAR

## FONTY

Font se nesmí podobat redakčním textům.

## PODKLADY PRO VÝROBU INZERCE V BACK OFFICE

Pro všechny inzeráty je předepsaný **MAXIMÁLNÍ** počet znaků včetně mezer, který je dostupný na <https://ad.economia.cz/reklama-v-tistenych-titulech/textova-inzerce/>.

**TEXTY elektronicky** textový soubor – pouze text bez úprav, rámečků, obrázků, log a podobně

**FOTOGRAFIE** elektronicky – rozlišení min. 300 DPI pro 100 % velikosti v tisku

Nekvalitní podklady k výrobě inzerátů jako kopie z rozmnožovacích strojů, faxy, výjezdy z barevných tiskáren, rastrované fotografie nebo fotografie na velvetovém papíře nebudou přijaty. Nekvalitní datové soubory budou (vždy na písemnou žádost klienta a v rámci možnosti) upraveny na místě za poplatek, event. při naprosto nevyhovujícím stavu vráceny k přepracování.

# 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.
- Objednávka 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 objednávané služby. Je-li Objednatel osoba, zprostředkávající uveřejnění inzerce pro třetí osobu, musí objednávka obsahovat identifikační údaje o této třetí osobě a údaj, zda je k uhradě 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 Objednatelům uzavřena smlouva o inzerci.
- Potvrzené objednávky speciálních forem inzerce, jako vkládané, vsívané, 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 inzertních 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  
Inzertní podklady: 3 pracovní dny před zveřejněním
  - **magazínový formát produktu s týdenní periodicitou a neperiodické projekty**  
Objednávky: 10 pracovních dnů před zveřejněním  
Inzertní podklady: 10 pracovních dnů před zveřejněním
  - **magazínový formát produktu s měsíční periodicitou**  
Objednávky: 20 pracovních dnů před zveřejněním  
Inzertní 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 inzerce je Objednatel povinen převzít veškeré závazky z takovýchto oprávněných nároků vyplývajících 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 prodlužení 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 nenese Vydavatel odpovědnost, zavazuje se Objednatel uhradit Vydavateli rozdíl mezi cenou za dohodnutý a za skutečně uveřejněný rozsah inzerce.

## 5. VYDAVATELSKÉ PODMÍNKY

- Vydavatel si vyhrazuje právo oddělit inzerci od redakčního obsahu linkou, popřípadě 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 tuto označení přímo do plochy inzerce. Objednatel bere na vědomí, že takováto úprava nemůže být považována za důvod k reklamaci.
- U periodik Vydavatel uveřejní inzerce ve všech jejich vydáních v souladu s objednávkou. Nepotvrdí-li Objednatel ve své objednávce, že požaduje uveřejnit inzerce 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 inzerce v tištěném vydání, platí, že inzerce bude uveřejněna pouze v elektronickém vydání s výjimkou případné kopie tištěného vydání ve formátu PDF.
- 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 inzerce. Vydavatel pak uveřejní inzerce podle vlastního uvážení, a to s ohledem na aktuální možnosti daného periodika.
- Pokud Objednatel objedná inzerce o rozměrech, které neodpovídají standardním rozměrům inzerce titulu, bude inzerce v rámci technických možností přizpůsobena nejbližšímu možnému rozměru a tak také potvrzena a kalkulována.
- Vydavatel si též vyhrazuje právo gramaticky upravit text inzerce podle platných pravidel českého pravopisu.
- Pokud Objednatel předá graficky nezpracovanou inzerce, bude grafická úprava provedena v rozměrech odpovídajících předloze.
- 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

# Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s.

## 6. PRÁVO ODMÍTNOUT INZERCÍ

- 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.
- 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.
- 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 nezabývá Objednatele povinnosti inzerci uhradit v plné výši v případě, že byly podklady dodány po termínu uzavření příjmu podkladů.

## 7. NEPLNĚNÍ ZAKÁZKY

- Pro případ zásahu vyšší moci je vydavatel zbaven odpovědnosti k plnění závazků a poskytování náhrad za vzniklé škody.
- 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 skutečnou plnění odpovídající slevou.
- Povinnost vydavatele udržet 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

- Objednatel je povinen zaplatit cenu inzerce na základě daňového dokladu – faktury vystavené Vydavatelem.
- Ceny inzerce v jednotlivých Titulech, způsob jejich výpočtu a množstevní slevy jsou podrobně stanoveny v aktuálně platných cenících Vydavatele.
- Ceny inzerce jsou v ceníku uvedeny bez DPH.
- Vydavatel si vyhrazuje právo stanovit smluvní ceny.
- 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 účtovacím obdobím, ze které je Vydavatelem vystaven daňový doklad, za uskutečněnou k poslednímu dni tohoto období. Na žádost Objednatele zašle Vydavatel společně s fakturou dokladový výpis 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.
- Neuvěde-li Objednatel přesný rozměr inzerce a ponechá úpravu na Vydavateli, je podkladem pro výpočet ceny inzerce uveřejněný formát.
- Vydavatel je oprávněn požadovat na Objednateli zálohu nebo úhradu inzerce předem, a to na základě zálohové proforma faktury.
- Pokud nebudou pohledávky vydavatele uhrazeny Objednatelem ve lhůtě splatnosti, bude Vydavatel postupovat v souladu s čl. 8 k) těchto podmínek a ustanoveními občanského zákoníku.
- Závazek zaplatit cenu inzerce, který je plněn prostřednictvím banky, je splněn okamžikem připsání částky odpovídající ceně inzerce na účet Vydavatele.
- 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.
- 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, zasláných ve formátu .pdf.

- 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.
- 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

- 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 Objednateli 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 zasláného faxem či e-mailem. V případě objednávek inzertních pozic na 4. obálce (poslední straně) magazínu PročNe je při stornu 10 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 (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.



# Obchodní podmínky vydavatelství Economia, a.s.

## 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 hard-proof 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)

**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, proklík a efektivitu jeho reklamní kampaně na základě objednané inzerce.

## III. PODKLA DY 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, 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.
- 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 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**