

1. Obecná ustanovení

- 1 společnost Internet Info, s.r.o., (dále jen "provozovatel") je provozovatelem internetových serverů Lupa.cz, Měšec.cz, Podnikatel.cz, DigiZone.cz, Root.cz, Slunečnice.cz, Vitalia.cz, Bomba.cz, Navrcholu.cz, Woko.cz, Weblogy.cz, Jagg.cz. Je oprávněna poskytovat prostor pro reklamu na jednotlivých www stránkách z mediálního portfolia podle platné nabídky.
- 2 zadavatel reklamní kampaně (dále jen "zadavatel") je fyzická či právnická osoba, přímý zákazník nebo reklamní či mediální agentura, objedávající reklamu na stránkách z mediálního portfolia Internet Info

2. Uzavření inzertní smlouvy o zveřejnění inzerce

- 1 inzerce se přijímá výhradně na základě objednávky potvrzené zadavatelem a provozovatelem, případně na základě uzavřené smlouvy
- 2 zadavatel objednávku doručí v písemné formě na adresu provozovatele e-mailem, faxem, nebo poštou (dle dohody mezi zadavatelem a dodavatelem)
- 3 jako doklad o přijetí objednávky vystaví provozovatel písemnou formou potvrzení o termínu zveřejnění inzerátu včetně kalkulace ceny
- 4 potvrzením písemné objednávky provozovatelem je uzavřen smluvní vztah

3. Inzertní podklady

- 1 za včasné a bezchybné dodání podkladů do obchodního oddělení je odpovědný zadavatel reklamní kampaně
- 2 veškeré reklamní podklady a další náležitosti objednávky musí zadavatel poskytnout nejpozději 3 pracovní dny před datem začátku kampaně
- 3 veškeré podklady ke změně v reklamní kampani musí zadavatel poskytnout nejpozději jeden pracovní den před datem změny, jinak provozovatel nezodpovídá za včasnou změnu, která bude vyřízena v nejbližším možném termínu

4. Agresivní reklamní formáty

Agresivními reklamními formáty se rozumí takové formy reklamy, které technicky zabraňují čtenáři v obvyklém využití daných internetových stránek, např. čtení článků, prohlížení obrázků apod.

Obecná pravidla

1 **i-layer, roll-on, roll-out (veškeré formáty, které se “roztahují“ na větší velikost)**

- musí obsahovat viditelnou možnost ukončení animace (tak, aby čtenář tuto možnost pochopil, např. X či text)

Další omezení: aktivace po najetí myši - až po 1 vteřině setrvání myši na základním formátu; aktivace automatická - omezení na max. 3x denně / uživatel; max. doba trvání animace - 10 vteřin

2 **interstitial** - musí obsahovat možnost přeskočení stánky a přesunutí na stránku serveru - odkaz Přeskočit

Další omezení: max. doba trvání animace - 7 vteřin

3 **zvukové bannery** - pouze po dohodě

Omezení: automatické spuštění zvuku - omezení na max. 1x denně / uživatel, max. délka zvuku - 5 vteřin, při interakci uživatelem možnost přehrání znovu.

Doporučené standardy reklamních formátů

Dokumenty popisující doporučení a standardy v oblasti reklamních formátů jsou k dispozici na stránkách [Sdružení pro internetovou reklamu](#).

Přečtěte si zejména:

- 1 [SPIR - Standardy online reklamy 2009](#)
- 2 [SPIR - Specifikace formátu Adobe FLASH](#)
- 3 [SPIR - Desatero pro autory internetové reklamy](#)

5. Erotická reklama

- 1 erotickou reklamou se rozumí jakákoliv komunikace erotických služeb a produktů poskytovaných prostřednictvím internetu i mimo něj

- 2 erotická reklama se smí na veřejně přístupných internetových médiích zobrazovat pouze v době od 22.00 - 03.00 hod. (SEČ)

6. Klamavá reklama

- 1 klamavou reklamou se rozumí jakákoliv mediální komunikace, která záměrně uvádí uživatele v omyl. Jedná se především o bannery ztvárněné systémovými hláškami, výherními bannery atd. Cílem této komunikace je především proklik uživatele přes reklamní formát na cílové stránky pomocí záměrného uvedení uživatele v omyl
- 2 klamavá reklama se nesmí zobrazovat na všech reklamních pozicích komerčních i jiných serverů

7. Skrytá reklama

Všechny reklamní plochy na internetových stránkách musí být viditelně označeny slovem "reklama" (případně „komerční prezentace“), nejlépe na horním okraji reklamní plochy.

V případě, že jsou placené inzeráty uveřejněny na internetových stránkách formou, která by mohla internetového uživatele vést k domněnce, že se jedná o redakční materiál, je povinností takto uveřejněný reklamní materiál viditelně odlišit od materiálů redakčních.

- 1 Odlišení je nutné provést viditelným označením reklamního materiálu (článku) slovem "reklama", "PR článek", "komerční příloha", "komerční sdělení" nebo jiným obdobným označením a to v úvodu celého reklamního materiálu. Označení musí být zpracováno takovým způsobem, aby bylo internetovému uživateli bez podrobného čtení ihned zřejmé, že se jedná o reklamní materiál.
- 2 Pokud je na reklamní materiál (např. PR článek) někde na serveru umístěna upoutávka, je nutné označit nejen reklamní materiál samotný, ale rovněž tuto upoutávku.
- 3 V případě, že je součástí e-mailů zasílaných provozovatelem internetového serveru uživatelům, kteří si jejich zasílání vyžádali (newslettery apod.), reklamní sdělení, je nutno jej od redakčního obsahu e-mailu viditelně odlišit a označit jej slovem "reklama", „komerční sdělení“ nebo jiným obdobným výrazem.

8. Vydavatelské podmínky

- 1 pokud není sjednán přesný termín reklamní kampaně, bude inzerát zveřejněn v nejbližším možném termínu
- 2 pokud zadavatel objedná inzerát o rozměrech, které neodpovídají standardním rozměrům inzerce na serveru, bude inzerát přizpůsoben nejbližšímu možnému rozměru a tak také potvrzen a nově kalkulován

9. Právo odmítnout inzerát

- 1 provozovatel si vyhrazuje právo odmítnout zveřejnění inzerátu z důvodu nevhodného obsahu, původu nebo formy a pokud je v rozporu se zákony, vyhláškami, dobrými mravy a zvyklostmi, nebo odporuje zájmům či by mohl poškodit dobré jméno provozovatele
- 2 provozovatel je povinen oznámit tuto skutečnost zadavateli a není povinen odmítnutí zdůvodňovat
- 3 provozovatel má právo nepřijmout objednávku inzerce od zadavatele, který dluží za dříve zveřejněnou inzerci, případně pozastavit plnění až do zaplacení dlužné částky

10. Finanční podmínky

Cena je kalkulována podle platného ceníku, který je nedílnou součástí Všeobecných obchodních podmínek. Ceny uvedené v ceníku neobsahují DPH, která je účtována podle platného zákona o dani z přidané hodnoty.

Fakturace a platební podmínky

- 1 daňové doklady (faktury) se vystavují do 15 dnů po skončení kampaně, případně do 15 dnů po konci kalendářního měsíce (dřívější fakturace je možná na základě předešlé dohody mezi zadavatelem a provozovatelem)
- 2 pokud reklamní kampaň probíhá v několika měsících, jsou na konci každého měsíce vystaveny dílčí faktury na poměrnou část kampaně
- 3 obvyklá doba splatnosti faktur je 14 dní. V případě prodlení s jejich úhradou je provozovatel oprávněn účtovat objednateli za každý den prodlení penále ve výši 0,05 % z dlužné částky.

- 4 v odůvodněných případech (zejména u nových klientů) je provozovatel oprávněn žádat zálohu nebo platbu předem. Příslušná částka musí být připsána na účet provozovatele nejpozději v den zahájení reklamní kampaně. V případě, že platba nebude provedena, není provozovatel povinen kampaň provést.

Storno poplatky

- 1 v případě, že je zrušena z jakýchkoli důvodů závazně objednaná kampaň, provozovatel si vyhrazuje právo účtovat storno poplatek ve výši 50 % ceny
- 2 v případě, že je zrušena již probíhající kampaň, provozovatel si vyhrazuje účtovat storno poplatek ve výši 100 % ceny objednávky

11. Statistiky

Ke každé kampani se automaticky generuje statistika, která je zdarma přístupná zadavateli. Uživatelské jméno a přístupové heslo zadavatel obdrží e-mailem po spuštění kampaně. Statistika obsahuje údaje o počtu impresí za každý den, počtu kliknutí na banner a koeficient CTR. Pro účel případné reklamace jsou závazné pouze hodnoty počtu impresí.

Zadavatel také obdrží vyhodnocení po skončení kampaně. Na vyžádání je možno zaslat zadavateli screenshot objednaných formátů.

12. Reklamace

- 1 reklamovat inzerci je možné písemně do 5 pracovních dnů ode dne ukončení kampaně
- 2 zadavatel má v případě chybného zveřejnění inzerce ze strany provozovatele (špatné zadání URL, záměna inzerátů) nárok na slevu, popř. náhradní zveřejnění. Sleva se poskytne vždy v tom rozsahu, v jakém byl účel inzerátu omezen.

13. Závěrečná ustanovení

- 1 speciální nebo atypické komerční projekty mimo ceníkové podmínky realizujeme vždy po dohodě a za smluvní cenu

- 2 provozovatel neodpovídá za pravdivost údajů obsažených v reklamě a v inzerci uveřejněné dle těchto obchodních podmínek
- 3 tyto všeobecné podmínky tvoří nedílnou součást ceníku. Od ustanovení výše uvedených podmínek je možno se odchýlit na základě písemné dohody.

14. Formulář objednávky

Technické podklady

- 1 banner ve správné velikosti (propojení na naše služby)
- 2 clickthru URL (adresa, kam bude směřovat kliknutí na banner ve formě http://)
- 3 alt text

Fakturační údaje

- 1 IČ
- 2 DIČ
- 3 fakturační adresa
- 4 poštovní adresa v případě, že je odlišná od fakturační

Kontakt zadavatele

- 1 kontaktní osoba
- 2 telefon, fax, e-mail

Inzertní specifikace

- 1 označení kampaně
- 2 pozice/formát
- 3 termín
- 4 objem kampaně
- 5 netto cena + případně sleva ke kampani, je-li na ni nárok

Všeobecné podmínky jsou platné od 1. 1. 2011

