

CENÍK FTV Prima

Příloha ke SMLUVNÍM OBCHODNÍM PODMÍNKÁM pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v Televizních programech FTV Prima, spol. s r.o.,

1. Obecné podmínky

- a. Ceník obsahuje cenové podmínky vysílání obchodních sdělení na Televizních programech (dále jen „TV Programech“) FTV Prima, kterými jsou k datu vydání tohoto Ceníku TV Programy: Prima, Prima Love, Prima Cool, Prima Zoom, Prima Krimi, Prima Max, Prima Star, Prima Show, CNN Prima News. Seznam TV Programů je průběžně aktualizován na webových stránkách FTV Prima.
- b. Nákupní cílové skupiny pro prodej obchodních sdělení plánovaných Objednatelem a prodej obchodních sdělení plánovaných na „realitu“:
- Dospělí 15-69
- c. Cena za ratingový bod GRP (dále jen „CPP“) se vztahuje k nákupní cílové skupině Dospělí 15-69 a ke spotům o délce 30 sekund.
- d. Všechny částky v tomto ceníku jsou uvedeny v Kč bez DPH.
- e. PRIME TIME (dále jen „PT“) je definován jako vysílací čas v úseku mezi 17:30-23:30 hodinou.
- f. OFF PRIME TIME (dále jen „OPT“) je definován jako jakýkoliv vysílací čas mimo PT.
- g. SUPER BREAK (dále jen „SB“) je definován jako exklusivní reklamní break výlučně na TV Programu Prima v čase určeném provozovatelem TV Programu pro každý den v době kolem 20:30 hod. v délce max. 1 minuta s povolenou nejkratší délkou spotu 10 sekund. V rámci SB může být zobrazována časomíra indikující čas do skončení SB. SB lze objednat pouze „na realitu“.

2. Režim poměru rozložení obchodních sdělení (dále jen „Alokační režim“)

Pro rok 2023 stanovuje FTV Prima pouze jeden Alokační režim obchodních sdělení na jednotlivých TV Programech, a to:

Alokační režim Bundle FTV Prima

Objednatel má možnost vybrat si nejvýše 6 Cílových skupin z těch, které jsou uvedené v tabulce níže. V rámci Alokačního režimu nelze stejnou Cílovou skupinu vybrat dvakrát.

FTV Prima má právo dodatečně přidat či ubrat další Alokační režimy nebo Cílové skupiny. Zvolený Alokační režim nemůže Objednatel měnit v průběhu platnosti Obchodní smlouvy.



Varianty výběru Cílových skupin pro Alokační režim Bundle FTV Prima:

Alokační režim **Bundle FTV Prima pro nákupní cílovou skupinu Dospělí 15-69** na jednotlivých TV Programech je pro definované Cílové skupiny a pro období 01.10.2023 - 31.12.2023 stanoven následovně:

TV PROGRAM / CÍLOVÁ SKUPINA	Prima	Prima COOL	Prima LOVE	Prima ZOOM	Prima MAX	Prima KRIMI	CNN Prima News	Prima STAR	Prima SHOW
D 15+	52,2%	4,6%	6,5%	8,3%	7,4%	13,4%	3,3%	2,7%	1,6%
D 15-54	49,9%	10,0%	4,7%	8,9%	10,9%	9,4%	2,2%	1,8%	2,2%
D 15-69	47,8%	7,0%	5,3%	9,6%	9,5%	13,4%	3,4%	2,1%	1,9%
D 15-35	48,2%	17,6%	4,6%	8,1%	10,3%	5,2%	2,2%	1,6%	2,2%
D 18-30	51,9%	17,0%	4,8%	7,8%	9,3%	4,9%	1,4%	1,4%	1,5%
D 25-55 ABC	50,3%	8,8%	4,6%	8,9%	10,9%	10,5%	2,4%	1,6%	2,0%
D 25-55 BCD	52,1%	9,4%	4,6%	8,6%	10,4%	9,5%	1,9%	1,7%	1,8%
D 15-50	49,7%	11,3%	4,6%	8,6%	10,9%	8,6%	2,2%	1,9%	2,2%
D 25-55	49,4%	9,3%	4,8%	9,4%	10,9%	9,7%	2,7%	1,8%	2,0%
D 30+	51,7%	4,3%	6,6%	8,4%	7,4%	13,8%	3,4%	2,9%	1,5%
Rodiny s dětmi 0-14	56,9%	9,5%	4,8%	8,0%	10,0%	6,1%	1,4%	1,4%	1,9%
Hospodyně 18+	51,4%	3,6%	7,5%	7,0%	6,7%	15,4%	3,5%	3,1%	1,8%
Hospodyně 18-50	48,5%	8,8%	5,8%	7,4%	11,5%	10,5%	2,6%	2,0%	2,9%
Hospodyně 25-55	49,1%	7,4%	5,8%	7,1%	11,0%	12,4%	2,4%	2,2%	2,6%
M 15-35	48,8%	22,4%	2,5%	10,1%	8,8%	3,2%	1,5%	1,8%	0,9%
M 15-50	47,4%	15,3%	2,6%	12,2%	11,2%	6,4%	2,6%	1,2%	1,1%
M 18-30	48,7%	22,8%	2,7%	11,0%	7,9%	2,9%	1,1%	2,3%	0,6%
M 25-55	47,6%	13,2%	2,5%	12,9%	11,5%	7,2%	3,1%	1,0%	1,0%
M 15+	47,8%	7,5%	3,3%	13,5%	9,3%	12,1%	4,2%	1,6%	0,7%
Ž 15+	53,9%	3,3%	8,3%	4,9%	6,3%	15,2%	2,6%	3,5%	2,0%
Ž 15-35	52,2%	12,1%	6,2%	5,4%	10,2%	6,8%	2,1%	1,6%	3,4%
Ž 15-50	51,0%	7,7%	6,8%	5,8%	10,7%	10,6%	2,0%	2,3%	3,1%
Ž 18+ s dětmi 0-14	56,3%	7,0%	6,8%	5,0%	10,5%	8,4%	1,5%	1,8%	2,7%
Ž 18-30	52,9%	13,2%	6,3%	5,2%	11,2%	6,3%	1,8%	0,8%	2,3%
Ž 25-55	49,8%	6,3%	6,7%	6,2%	10,5%	12,6%	2,4%	2,6%	2,9%

Vysvětlivky: D – Dospělý, M – Muži, Ž – ženy

FTV Prima si vyhrazuje právo změny rozložení jednotlivých TV Programů v Alokačním režimu dle tohoto bodu:

- Kdykoliv v případě, že TV share TV Programu v Alokačním režimu Bundle FTV Prima v cílové skupině Dospělí 15-69 za předchozí 4 po sobě jdoucí kalendářní týdny se bude lišit o více než 30 procent od TV sharu TV Programu za posledních 12 ukončených kalendářních měsíců předcházejících dni vydání ceníku,
- Kdykoliv v případě, že aktuálně platný Alokační režim nebude zahrnovat takový TV Program FTV Prima, jehož průměrný SOV v cílové skupině Dospělí 15-59 po dobu 4 po sobě jdoucích kalendářních týdnů je vyšší nebo roven 0,1 %.
- Kdykoliv v případě, že se změní výčet TV Programů FTV Prima.

Jednotlivé TV Programy FTV Prima lze nakoupit individuálně za ceníkové CPP uvedené v bodě 3. Prodej jakýchkoli dvou TV Programů, z TV Programů FTV Prima, bude možné nakoupit se slevou 3 % z ceníkového CPP pro rok 2023. Prodej jakýchkoli tří TV Programů, z TV Programů FTV Prima, bude možné nakoupit se slevou 5 % z ceníkového CPP pro rok 2023. Prodej čtyř a případně více TV Programů



z celkového počtu TV Programů FTV Prima se bude řídit dle podmínek Alokačního režimu Bundle FTV Prima pro rok 2023.

3. CPP

Pokud není příslušnou Obchodní smlouvou dohodnuto jinak, CPP v nákupní cílové skupině D15-69 pro období 01.01.2023 – 31.12.2023 a pro jednotlivé úrovně investic Objednatele je stanoveno následovně:

Celoroční investice Kč	CPP Kč
0 – 1 999 999	38 400
2 000 000 – 3 999 999	38 100
4 000 000 – 5 999 999	37 300
6 000 000 – 7 999 999	36 400
8 000 000 – 9 999 999	34 800
10 000 000 - 19 999 999	34 500
20 000 000 - 29 999 999	33 300
30 000 000 - 39 999 999	32 900
40 000 000 - 49 999 999	32 200
50 000 000 - 59 999 999	32 000
60 000 000 - 69 999 999	31 900
70 000 000 - 79 999 999	31 700
80 000 000 a více	Flat

FTV Prima neposkytuje v roce 2023 agenturní provizi, investicí je tudíž míněna čistá hodnota investovaných prostředků u FTV Prima (tj. základ pro DPH faktur vystavených ze strany FTV Prima).

Pokud Objednatel nenaplní smluvně sjednaný objem investice, bude povinen FTV Prima zaplatit vzniklý rozdíl mezi uskutečněným objemem investice a sjednaným objemem investice.

Objednatel není oprávněn zvýšit bez předchozí písemné dohody s FTV Prima investici nad vyšší dohodnutou v Obchodní smlouvě. FTV Prima poskytne plnění za tu část investice, která převyšuje vyšší investice dohodnutou v Obchodní smlouvě pouze tehdy, pokud:

- a) Objednatel o svém záměru zvýšit investici informoval FTV Prima alespoň 3 měsíce předem a zároveň
- b) ohledně investice převyšující její dohodnutou výši v Obchodní smlouvě předem uzavřel s FTV Prima buď novou Obchodní smlouvu nebo dodatek ke stávající Obchodní smlouvě.

FTV Prima není povinna zvýšení investice Objednatelem akceptovat. Objednatel nemá právo na snížení výše CPP dle ceníku, pokud zvýšil investici oproti její sjednané výši v Obchodní smlouvě s FTV Prima.

4. Definice ceny

CPP konkrétní kampaně je kalkulována jako kombinace CPP dle odstavce 3., cenových indexů, slev a příplatků dle jednotlivých bodů: a), b), c), d), e), f), g), h), i) uvedených v odstavci 4. a dle jednotlivých bodů a), b), c) uvedených v odstavci 5.

a. Sezónní indexy

Kalendářní měsíc	Výše indexu
Leden	0,80
Únor	0,95
Březen	1,30
Duben	1,40
Květen	1,40
Červen	1,40
Červenec	0,85
Srpen	1,05
Září	1,45
Říjen	1,45
Listopad	1,45
1.–24.12.2023	1,40
25.–31.12.2023	0,80

b. Stopážové indexy

Délka spotu v sekundách	Výše indexu	Výše tandemového indexu
10 a kratší stopáž	0,50	Nelze
15	0,77	0,85
20	0,90	1,00
25	1,00	1,20
30	1,00	1,25
35	1,25	1,40
40	1,45	1,60
45	1,60	1,70
50	1,75	1,85
55	1,90	2,00
60	2,00	2,10

c. OFF PRIME TIME index

OPT index aplikovaný pouze na ratingové body realizované v OPT je stanoven ve výši 0,9 a nárok Objednatele na použití indexu vzniká buď:

Garancí umístění minimálně 30 % z celkového garantovaného reklamního plnění Objednatele (v Kč) do OPT v případě Objednatele, kde toto garantované reklamní plnění je ve výši do 9 999 999,- Kč bez DPH

nebo:

Garancí umístění minimálně 40 % z celkového garantovaného reklamního plnění Objednatele (v Kč) do OPT v případě Objednatele, kde toto garantované reklamní plnění je ve výši 10 000 000,- Kč bez DPH či vyšší.

Pokud podíl GRP do OPT překročí u objednávky 50 %, bude na OPT index aplikována přírážka 2procentní body, (tj. aplikace OPT indexu 0,92)

Garance umístění plnění do OPT je pro Objednatele závazná a Objednatel je povinen umístění obchodních sdělení dle Garance dodržovat na každou kampaň / objednávku.

d. PRIME TIME index

PT index aplikovaný pouze na ratingové body realizované v PT je stanoven ve výši 1,1.

Pokud podíl GRP do PT překročí u objednávky 70 %, bude na PT index aplikována přírážka 2procentní body, (tj. aplikace PT indexu 1,12).

Garance umístění plnění do PT je pro Objednatele závazná a Objednatel je povinen umístění obchodních sdělení dle Garance dodržovat na každou kampaň / objednávku.

e. Automatický příplatek za pozici v reklamním bloku

Příplatek ve výši 10 % z ceny daného konkrétního spotu je účtován za každou vyžádanou pozici v reklamním bloku.

f. Automatický alianční příplatek

Příplatek ve výši 5 % z ceny daného konkrétního spotu je účtován za každého další(ho) objednatel(e) / značky(u) prezentované(ho) v daném reklamním spotu. Prezentace každé(ho) další(ho) objednatel(e) / značky nesmí přesáhnout 20% délky reklamního spotu.

g. Příplatek za booking (5 %)

V případě specifických požadavků na booking bude aplikována za každý jednotlivý požadavek přírážka 5 %.

h. Příplatek za umístění spotu do SUPER BREAKU (25 %)

V případě umístění spotu do SUPER BREAKU bude aplikována přírážka 25 %.

i. Příplatek za nevypořádaná hudební práva (0,5 %)

Příplatek 0,5 % bude účtován v případě, že Objednatel ve lhůtě pro dodání Materiálů pro vysílání neprokáže, že: a) ve spotu není obsažen žádný zvukový záznam vydaný k obchodním účelům (§ 72 odst. 2 autorského zákona) a zároveň b) Objednatel sám získal a vypořádal veškerá potřebná užívací oprávnění k hudebním dílům/záznamům/uměleckým výkonům obsaženým ve spotu, včetně prokázání vyloučení účinků hromadné smlouvy v případě rozšířené kolektivní správy (§ 97e autorského zákona).

5. Motivace za včasný podpis, individuální klientská sleva, sleva za další média

a) V případě, že Objednatel uzavře písemnou smlouvu, kterou se zaváže objednat odvysílání obchodních sdělení v určitém finančním objemu za kalendářní rok 2023, nejpozději do 01.12.2022, bude aplikován OFF PRIME TIME index na úrovni 0,85 a zároveň PRIME TIME index na úrovni 1,05. V případě, že Objednatel uzavře písemnou smlouvu, kterou se zaváže objednat odvysílání obchodních sdělení v určitém finančním objemu za kalendářní rok 2023, nejpozději do 12.1.2023, bude aplikován OFF PRIME TIME index na úrovni 0,9 a zároveň PRIME TIME index na úrovni 1,05.

b) V závislosti na konkrétním sjednaném objemu, historii Objednatele a na dalších speciálních parametrech spolupráce FTV Prima a Objednatel mohou dohodnout individuální klientskou slevu.

c) V případě, že se Objednatel písemně zaváže, že z celkového garantovaného objemu, který je zavázán u FTV Prima objednat, bude investovat do sponzorování, umístění produktu či jiných obchodních sdělení odlišných od reklamy či do obchodních sdělení na internetových serverech FTV Prima či do tiskových titulů vydávaných FTV Prima (dále „další média“) níže uvedený podíl, vznikne mu právo na slevu oproti CPP dle čl. 3 tohoto ceníku v níže uvedené výši:

Podíl objemu dalších médií na celkovém garantovaném objemu	Sleva oproti CPP dle čl. 3
12 %	3 %
15 %	5%
20 %	8 %
30 %	13 %

Není-li výslovně dohodnuto v Obchodní smlouvě nebo nedohodl-li se Objednatel s FTV Prima výslovně jinak, je celková investice do dalších médií rozdělena v přibližném poměru: 60 % (sponzoring klasický, sponzoring – injektaže, speciální formáty komunikace, Product Placement), 35 % (online produkty, HbbTV) a 5 % (tisk). Přesný poměr rozdělení dalších médií určuje FTV Prima s tím, že reálná odchylka nesmí přesáhnout o pět procentních bodů poměry uvedené v předchozí větě.

6. Limity pro objemy GRP

FTV Prima si vyhrazuje právo nepřijímat, resp. negarantovat splnění objednávek, jejichž objem překročí následující limity s tím, že pro případ souběhu více kampaní jednoho Objednatele, které v úhrnu překročí uvedené limity, se tyto limity snižují o 20 %.

Limity jsou stanoveny pro jednotlivého Objednatele, jednotlivou kampaň dle následující tabulky a pro stopáž obchodního sdělení o délce 30 sekund, přičemž

- Měsícem se rozumí 1 kalendářní měsíc
- Týdnem se rozumí 7 kalendářních dní (i přerušovaně)
- Dnem se rozumí 1 kalendářní den

Bundle	Měsíční limit	Týdenní limit	Denní limit
Bundle FTV Prima	1 120	280	40

Pro přepočítání limitů v případě jiné stopáže spotů než 30 sekund se používají následující indexy:

Stopáž spotu sec	Výše indexu
10	3,00
15	2,00
20	1,50
25	1,20
30	1,00
35	0,86
40	0,75
45	0,67
50	0,60
55	0,55
60	0,50

7. Mlčenlivost

V případě, že Objednatel (Agentura či Klient) poskytne či zpřístupní informace uvedené v obchodní nabídce či smlouvě s FTV Prima nebo informace s obchodní nabídkou či smlouvou související, které jsou podle smlouvy či Obchodních podmínek kryty povinností mlčenlivosti, třetí osobě odlišné od Klienta, bude aplikována na CPP přírážka 10 %; tím nejsou dotčeny sankce dle smlouvy či Obchodních podmínek.

Je-li Objednatel Agenturou, přičítá se poskytnutí či zpřístupnění informací dle předchozí věty Klientem třetí osobě Agentuře, jako kdyby tyto informace poskytla či zpřístupnila sama.

Ujednání uvedená přímo v těle smluv mají v případě rozporu přednost před Ceníkem.

Není-li uvedeno něco jiného, Ceník platí pro šíření obchodních sdělení v období od

01.10.2023 dále.

FTV Prima si vyhrazuje právo změny Ceníku.

