

## Všeobecné smluvní podmínky

pro vysílání kampaní v klasické reklamě, sponzoringu a speciálních operacích na televizních stanicích zastupovaných společností At Media

At Media, Sp.z o.o. je oprávněna uzavírat smlouvy o vysílání reklamních kampaní na televizních stanicích (dále jen TS) zastupovaných společností At Media na území České a Slovenské republiky ve všech formách jejich technického šíření (včetně kabelového, satelitního přenosu, digitálního vysílání a vysílání na Internetu).

Vzájemné vztahy mezi At Media a jejími klienty budou upraveny těmito Všeobecnými smluvními podmínkami a budou se řídit dle § 262 odst. 1 Obchodního zákoníku.

### A. Prodejní model At Media

#### Klasická reklama

At Media realizuje prodej reklamního prostoru TS ve dvou alternativních modelech:

##### 1. Spotový ceník

Prodej podle spotového ceníku je forma prodeje, kdy se ceny za vysílání reklamních spotů určují podle cen vybraných reklamních bloků na vybrané TS. Spotový ceník s cenami spotů v reklamních blocích na jednotlivých TS je vydáván nejpozději 1. den měsíce, který předchází měsíci, kdy ceník vstupuje v platnost.

Při prodeji podle Spotového ceníku je klient oprávněn vybírat konkrétní TS i konkrétní reklamní blok.

Cena za reklamní kampaň realizovanou v modelu Spotového ceníku je účtována podle pevných cen reklamních bloků, resp. pásem na jednotlivých TS.

##### 2. Garantované CPP

Garantované CPP je forma prodeje, kdy je cena stanovena podle reálné dosažené sledovanosti na jeden Ratingový bod (GRP) v prodejní cílové skupině diváků.

Skutečně doručený počet GRP se stanovuje na základě průměrné sledovanosti reklamního bloku obsahujícího spot v prodejní cílové skupině dle oficiálního měření sledovanosti televizí (ATO – Mediaresearch).

Prodej na Garantované CPP je realizován na jednotlivých TS v nabídce At Media a na jejich kombinacích, tzv. GRP balíčcích podle aktuální nabídky a ceníku At Media.

Ceník Garantovaného CPP pro jednotlivé TS i pro obchodní balíčky je vydáván nejpozději 1. den měsíce, který předchází měsíci, kdy ceník vstupuje v platnost.

V rámci prodeje na Garantované CPP je výběr umístění spotu v rámci stanice, kombinací stanic, resp. obchodního balíčku plně v rukou At Media.

#### Sponzoring, Speciální operace

At Media realizuje prodej sponzoringu a dalších speciálních obchodních operací ve vysílání TS podle aktuálně vydávaného ceníku a nabídek.

### B. Zadávání a naplňování obchodních smluv a objednávek reklamních kampaní

Závazné dohody o spolupráci/realizace kampaní na TS zastupovaných At Media mohou být uzavírány následujícími dvěma způsoby:

- v podobě standardní smlouvy o spolupráci na dobu určitou, týkající se vysílání reklamních spotů, sponzoringu či speciálních operací;
- potvrzením závazné objednávky vysílání reklamních spotů, sponzoringu či speciálních operací, která detailně určuje podmínky a parametry vysílání kampaně.

Plnění dohod o spolupráci probíhá prostřednictvím realizace podepsané smlouvy, resp. potvrzené objednávky za podmínek daných těmito Všeobecnými smluvními podmínkami At Media.

#### Zadávání a potvrzení objednávek

- At Media připraví na základě zadání klienta návrh závazné objednávky a předloží ho klientovi k doplnění a potvrzení.
- Objedávka musí obsahovat především následující parametry:
  - název obchodní firmy, sídlo (adresu), IČO objednavatele. U mediální, resp. reklamní agentury musí být přiloženo písemné výhradní pověření inzerentem a vyznačením výrobků nebo služeb, na které se vztahuje. Objedávku je možno přijmout pouze s přesným uvedením jména klienta, požadujícího zveřejnění reklamy, doplněné o výrobek či službu.
  - délku trvání kampaně;
  - délku, resp. další klíčové charakteristiky reklamního spotu;
  - objednávaný počet GRP, resp. počet spotů;
  - v případě objednávek v systému Garantovaného CPP cílovou skupinu kampaně, resp. produkt (balíček) At Media, jenž je předmětem objednávky
  - specifikace TV stanic, na kterých má být kampaň vysílána, popř. popis bloků či pořadů, u kterých se má kampaň vysílat;
  - kalkulovanou cenu reklamní kampaně;
  - v případě potřeby může být návrh objednávky kampaně realizované v modelu Spotového ceníku doplněn vysílacím plánem kampaně s přesným popisem umístění jednotlivých součástí kampaně ve vysílání TS.
  - v případě, že inzerovaný produkt či službu klienta není možno ze zákonných důvodů komunikovat na TV stanicích orientovaných na dětskou či nezletilou část populace, není možné pro účely objednávky využít prodejní balíček obsahující tyto TV stanice
- Objedávka je považována za závaznou a platnou v momentě, kdy je klientem podepsána a doručena do At Media. Všechny návrhy objednávek, které nebudou ze strany klienta potvrzeny do 5 pracovních dnů je oprávněna At Media zrušit.
- Klient nese plnou zodpovědnost vůči společnosti At Media v souvislosti se závazky, plynoucími ze Smlouvy, včetně odpovědnosti za včasnou platbu odměny za dodání reklamní kampaně, bez ohledu na to, zda Mediální agentura vytvořila Objedávku jménem a ve prospěch Inzerenta nebo vlastním jménem a ve prospěch Inzerenta. Mediální agentura přijímá odpovědnost dle výše uvedeného.

#### Naplňování objednávek

- Objedávky uskutečněné v systému Spotového ceníku se považují za splněné v případě odvysílání objednaného počtu spotů na stanicích a v časech odpovídajících objednanému vysílacímu plánu. V případě odchylek v časech vysílání jednotlivých spotů oproti objednanému vysílacímu plánu je At Media povinna dodržet časové pásmo původně objednaného vysílání spotu.
- Objedávky uskutečněné v systému Garantovaného CPP se považují za splněné v případě doručení 95% z objednaných GRP v cílové skupině dle objednávky.
- Překročili-li dodávka GRP u objednávek uskutečněných v systému Garantovaného CPP původně objednané množství GRP, je základem pro vypočítání ceny těchto kampaní reálná dodávka GRP, a to až do úrovně 110% původně objednaných GRP.

8. V případě, že je kampaň v systému Garantovaného CPP objednána na období kratší než 14 dnů a/nebo v objemu nižším než 10 GRP považuje se kampaň za splněnou po odvysílání vysílacího plánu a její cena bude vypočtena na základě skutečně dodaných GRP.
9. Skutečně doručený počet GRP se stanovuje na základě průměrné sledovanosti reklamního bloků obsahujících spoty podle oficiálních dat měření sledovanosti televizi (ATO – Mediaresearch) v cílové skupině dané kampaně.
10. V případě, že oficiální data nejsou pro část nebo celé období trvání reklamní kampaně z jakéhokoliv důvodu dostupná, jsou měřítkem pro stanovení ceny kampaně odhady počtů doručených GRP v jednotlivých reklamních blocích připravené ze strany At Media.

#### Vypovězení smlouvy, přerušení vysílání kampaní

11. V případě, že si klient přeje zrušit již závazně potvrzené reklamní vysílání, musí tak učinit zasláním písemného oznámení, které musí být At Media doručeno nejpozději 10 pracovních dnů před prvním dnem vysílání daným uzavřenou smlouvou nebo potvrzenou objednávkou. V případě, že toto oznámení doručeno není, má klient povinnost objednanou kampaň uhradit v plném rozsahu.
12. V případě, že si klient přeje přerušit či upravit vysílání kampaň (např. změnou vysílacího plánu či obměnou vysílacích materiálů), provede At Media požadovanou úpravu do 6 pracovních dnů po doručení žádosti o přerušeni či úpravu kampaně.

### C. Cenové podmínky

#### Ceníky

1. Ceníky reklamního vysílání na TS pro obchodní modely Spotový ceník i Garantované CPP jsou společností At Media vydávány jako měsíční vždy nejpozději 1. den měsíce, který předchází měsíci, kdy ceník vstupuje v platnost.
2. Ceníky jsou vytvářeny pro jednotlivé stanice a pro GRP balíčky v nabídce At Media.

#### Délkové koeficienty

3. Ceny uvedené ve zveřejněných cenících se vztahují ke 30-sekundovým reklamním spotům. V případě sponzoringových spotů jsou ceny vydávány pro 10-sekundový sponzoringový spot.
4. Pro reklamní spoty jiných délek se cena vypočítá jako cena 30-sekundového spotu násobená příslušným koeficientem, které jsou uvedeny níže:

délka spotu	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60
koeficient	0,5	0,77	0,9	0,95	1	1,25	1,45	1,6	1,75	1,9	2

5. Pokud je reklamní kampaň složena z více reklamních spotů, posuzuje se každý samostatně.
6. Dodá-li klient spot jiné délky, než je uvedeno ve výše uvedené tabulce, bude pro výpočet ceny použit tabulkový koeficient nejbližší vyšší.

#### Dodatečné poplatky, přírázky, slevy

7. V případě požadavku klienta na speciální umístění reklamního spotu na konkrétní místo bloku navýší At Media cenu vysílání takto:
  - a) o 20% v případě vysílání reklamního spotu na první pozici reklamního bloku;
  - b) o 20% v případě vysílání reklamního spotu na poslední pozici reklamního bloku;
8. V případě umístění dvou nebo více produktů nebo služeb v jednom reklamním spotu nebo za jmenování jiných inzerentů v rámci jednoho spotu navýší At Media cenu o 20% za každý další výrobek, službu či inzerenta.
9. V případě žádosti na rozložení vysílání spotů klienta do konkrétních časových pásem či přímo konkrétních časů bude v rámci prodejních balíčků aplikován příplatek ve výši 20%.
10. V případě, že na základě plnění smlouvy klient požádá společnost At Media o změnu spočívající v:
  - a) nahrazení reklamního spotu; nebo
  - b) změně vysílacího času; nebo
  - c) změně dnů a/nebo denní doby vysílání, jako důsledek včasného nedodání vysílacích materiálů; nebo
  - d) změně TS, na které je reklamní kampaň vysílána,
 a At Media navrhované změny schválí, naučtuje si dodatečný poplatek ve výši 15%. Tato dohoda se bude opírat o podání písemného oznámení o změně.

### D. Fakturace

1. Cena At Media za vysílání reklamních kampaně na TS zastupovaných At Media je definována v uzavřené smlouvě nebo potvrzené objednávce.
2. Závazek klienta zaplatit At Media cenu vzniká v okamžiku zajištění vysílání Reklamy. Za okamžik zajištění vysílání Reklamy se považuje (i) okamžik, kdy byla Reklama odvysílána, nebo (ii) okamžik, kdy Reklama měla být odvysílána, ale odvysílána nebyla z důvodů na straně klienta.
3. Veškeré odměny budou zvýšeny o DPH dle příslušných sazeb. Společnost At Media z tohoto důvodu vystaví pro všechny platby faktury.
4. Faktury (daňové doklady) jsou vystavovány po skončení zdaňovacího období (kalendářního měsíce) s tím, že At Media si ponechává právo fakturovat v průběhu měsíce v případě, že je vysílání reklamy ukončeno do 15. dne v měsíci.
5. At Media je oprávněna před vysláním požadovat zaplacení zálohy až do plné výše sjednané ceny za vysílání včetně případné DPH.
6. Splatnost faktur je 15 kalendářních dní po vystavení faktury. Úhradou se rozumí připsání plné výše sjednané ceny na účet At Media. Úrok z prodlení za každý den činí 0,05% z dlužné částky.
7. At Media si vyhrazuje právo nezahájit objednané a potvrzené vysílání a/nebo přerušit vysílání již zahájené v případě, že objednavatel je v prodlení s úhradou splatných finančních závazků vůči At Media. Dále objednavatel odpovídá v takovém případě za škody, které uvedeným neplněním At Media vzniknou.
8. Přímé platby ze zahraničí jsou hrazeny v Euro nebo USD ve výši odpovídající fakturované částce v přepočtu dle oficiální devizového kurzu vyhlášeného ČNB v den fakturace. Bankovní poplatky vyplývající z převodu kontrahovaných částek ze zahraničí jsou hrazeny výlučně objednavatelem. Za platbu nelze považovat vystavení šeku či směnky bez příslušného převedení na účet At Media.

### E. Vysílací materiály a podklady

#### Doručení a přijetí vysílacích materiálů

1. Vysílání reklamní kampaně může být zrealizováno po bezchybném a včasném doručení vysílacích materiálů pro vysílání do společnosti At Media.
2. Materiál pro vysílání musí splňovat technické požadavky vydané společností At Media. Materiály pro vysílání splňující Technické požadavky budou vysílány v případě, že jejich obsah neporušuje platné zákony ČR ani jiné země, ve které příslušná TV stanice vysílá.
3. At Media a TS si vyhrazují právo vysílací materiály (reklamní spoty, sponzorské vzkazy) posoudit a nezařadit do vysílání pokud dojde k:
  - a) Porušení obecně závazných právních předpisů, zejména zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele;
  - b) Porušení povinnosti stanovených licencí k provozování televizního vysílání č. 001/1993 udělenou Poskytovateli;

- c) Možnému postihu Poskytovatele ze strany třetích osob (např. vzhledem k autorskoprávním či nekalosoutěžním spotům); a
  - d) Ohrožení oprávněných zájmů Poskytovatele ve vztahu k třetím osobám.
4. Klient je povinen zajistit na své vlastní náklady dodání materiálů do sídla společnosti At Media, popř. na jiné místo specifikované společností At Media, a to minimálně 6 pracovních dnů před prvním dnem vysílání daným uzavřenou smlouvou nebo potvrzenou objednávkou
  5. V případě, že klient nezajistí dodání materiálů pro vysílání řádně a včas nebo reklamní spoty nemohou být vysílány z důvodů uvedených v bodě 2, má At Media nárok na uhrazení plné ceny dotčené kampaně. V této souvislosti nebude mít Klient nárok na žádné odškodnění.
  6. At Media si vyhrazuje právo nepokračovat ve vysílání reklamních spotů v případě, že po spuštění kampaně objeví některou z nesrovnalostí, uvedenou ve článku I. 2 nebo za jiných okolností uvedených v těchto podmínkách.
  7. Materiály pro vysílání musí obsahovat pro každý reklamní spot, resp. sponzorský vzkaz zvlášť AKA kód a hudební sestavu. V případě že se tak nestane, At Media si vyhrazuje právo nechat takový materiál označit na náklad objednavatele.
  8. Veškeré nosiče se Spoty předané klientem At Media zůstávají vlastnictvím Klienta. At Media se zavazuje tyto nosiče skladovat s péčí schovatele během účinnosti potvrzené objednávky, ručí za ně však pouze do výše jejich prokazatelné pořizovací hodnoty. Zadavatel se zavazuje převzít nosiče se Spoty po ukončení vysílání Spotů dle potvrzené objednávky nebo po skončení účinnosti potvrzené objednávky. V případě, že si Klient nosiče se Spoty nepřevzme ani po uplynutí šesti (6) měsíců po odvysílání posledního Spotu dle potvrzené objednávky, případně po ukončení účinnosti potvrzené objednávky, je společnost At Media oprávněna takové nosiče se Spoty zničit.

## F. Obsah vysílaných kampaní, práva třetích stran

1. V rámci prodejního balíčku At Max nesmí být odvysílány ty kampaně, které jsou v rozporu s podmínkami vysílání pro dětské diváky (např. alkohol, pornografie, ...)
2. Klient je plně odpovědný za obsahovou stránku dodaných spotů a zavazuje se plně odškodnit At Media v souvislosti s veškerými nároky jakékoli povahy uplatňovanými třetími osobami vůči At Media či TS spojenými s obsahem dodaných a vysílaných spotů, resp. sponzorských vzkazů. Toto ustanovení se týká především případných nároků uplatňovaných v souvislosti s právem na ochranu osobnosti, soutěžním právem, jakož i právem nekalé soutěže, právem autorským a právy s ním souvisejícími, právy průmyslovými a právy na označení původu a jakýmkoli dalšími právy, jakož i veškerými dalšími náklady, které vzniknou At Media či TS v souvislosti s uplatněním nároků třetích osob ve smyslu tohoto článku.
3. Klient se potvrzením objednávky zaručuje, že řádně získal veškerá práva a vypořádal veškeré honoráře a odměny všech vlastníků práv v souvislosti s výrobou a vysíláním spotů na stanicích zastupovaných společností At Media, s výjimkou provozovacích práv k hudebním dílům s textem nebo bez textu vytvořeným autory zastupovanými OSA. Oprávnění k užití hudebních děl autorů zastupovaných OSA ve vysílání TS zajistí prostřednictvím OSA At Media, která rovněž prostřednictvím OSA vypořádá provozovací honoráře autorů chráněné hudby a textu zastupovaných OSA uvedených v hudební sestavě spotu za vysílání spotu na TS.
4. Pokud je ve spotu užitá chráněná hudba, Klient zaručuje, že získal a uhradil synchronizační práva k veškeré chráněné hudbě užitě ve spotu, tj. že získal oprávnění k užití hudby při výrobě spotu. Pokud je ve spotu užit jakýkoliv zvukový záznam, klient zaručuje, že od výrobců a výkonných umělců získal oprávnění k užití zvukového záznamu při výrobě spotu a jeho užití ve vysílání TS zastupovaných At Media a vypořádal oprávněné nároky výrobců zvukových záznamů a výkonných umělců za uvedené užití. Pokud je ve spotu užit zvukový záznam vyrobený k obchodním účelům, je klient povinen vypořádat nároky výrobců související s výrobou spotu prostřednictvím smlouvy, kterou uzavře s výrobcí, nároky výkonných umělců související s výrobou spotu a nároky výrobců a výkonných umělců související s vysíláním spotu na TS zastupovaných At Media prostřednictvím smlouvy, kterou uzavře s kolektivním správcem INTERGRAM.
5. Klient se zavazuje na vyžádání At Media předložit kopie příslušných smluv prokazujících vypořádání nároků všech držitelů práv ve shora uvedeném rozsahu a kopii hlášení pro INTERGRAM.
6. Společnost At Media je na základě vznesení stížnosti oprávněna přerušit vysílání reklamního spotu, a to bez odpovědnosti za jakékoliv škody způsobené klientovi a bez porušení práva na plnou cenu.
7. Klient souhlasí s tím, že pokud jsou TS stanice šířeny prostřednictvím satelitního přenosu, může být obsah vysílání včetně reklamních spotů přijímán v různých zemích.
8. At Media může být zodpovědná za neodvysílání reklamního spotu pouze v případě, že tento fakt je důsledkem chyby na straně společnosti At Media. V takovém případě At Media nemá nárok na odsouhlasenou cenu. Zodpovědnost společnosti At Media je v ostatních případech vyloučena.

## G. Odpovědnost za škody

1. Klient nese plnou odpovědnost za to, že vysílání Reklamního spotu nezpůsobí škodu společnosti At Media ani jednotlivým TS.
2. Klient stvrzuje, že je společností At Media, resp. jednotlivým TS povinen odpovídajícím způsobem poskytnout odškodnění v plné výši, včetně všech výdajů, ztrát a ušlého zisku v případě, že společnost At Media nebo TS utrpí jakoukoliv újmu, budou penalizovány z jakéhokoliv důvodu a/nebo ztratí povolení nebo licenci pro výkon své obchodní činnosti v důsledku toho, že reklamní kampaň je v rozporu s platnými právními předpisy nebo porušuje zákonem chráněné zájmy třetích stran.
3. V případě, že bude se společností At Media nebo TS zahájeno správní řízení, je klient povinen na své vlastní náklady spolupracovat se společností At Media či TS a dodat jim všechny požadované informace a dokumenty k umožnění zajištění nejlepší možné obhajoby.

## H. Odpovědnost At Media za vady ve vysílání kampaní

1. Klient je povinen vady ve vysílání reklamy uplatnit u At Media písemně ve lhůtě do 1 měsíce od vysílání. Po uplynutí této lhůty není At Media povinna brát na zřetel případné uplatnění vad ve vysílání reklamy.
2. Vysílání reklamy je vadné, pokud nebyla odvysílána vůbec nebo v nedostatečné kvalitě.
3. V případě, že klient uplatní vady včas, má nárok požadovat pouze slevu z ceny vysílání reklamy. Uplatněný nárok klient nemůže měnit bez souhlasu At Media.

## I. Změny ve Všeobecných podmínkách

1. Případné změny v obchodních podmínkách budou klientovi včas oznámeny. At Media má povinnost informovat klienta o změnách obchodních podmínek s předstihem 1 měsíce.
2. Pokud Klient nedodá písemné prohlášení o zamítnutí upravených Podmínek v průběhu 14 dní následujících po skutečném přijetí oznámení o změně Podmínek, je toto považováno za souhlas klienta s upraveným zněním Podmínek.

## J. Závěrečná ustanovení

1. V souvislosti s plněním závazků je společnost At Media oprávněna spolupracovat s dalšími subjekty - jedná se především o spolupráci s vysílací společností dané TS. Společnost At Media může také zadávat dílčí smlouvy subdodavatelům za účelem plnění svých závazků.
2. Česká a anglická verze těchto Všeobecných smluvních podmínek je závazná. V případě sporu rozhoduje česká verze.

3. Tyto podmínky jsou nedílnou součástí smlouvy, resp. potvrzené objednávky uzavírané mezi klientem (objednavatelem) a At Media.
4. Tato smlouva se řídí právním řádem České republiky a případné spory, které nebudou urovnány smírnou cestou, budou rozhodovány Rozhodčím soudem při Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR podle platných pravidel rozhodčího řádu tohoto soudu třemi rozhodci. Místem konání rozhodčího řízení bude Praha.
5. Veškeré vztahy, které nejsou Všeobecnými smluvními podmínkami upraveny, se řídí platnými právními předpisy ČR.

## K. Definice a interpretace

1. **At Media** – At Media Sp. z o. o. se sídlem: Pobřežní 620/3, Praha 8, Česká republika;
2. **Televizní stanice (TS)** – televizní kanály vysílající na území ČR a SR zastupované při prodeji reklamního prostoru společností At Media, jak jsou uvedeny na [www.atmedia.cz](http://www.atmedia.cz) nebo v aktuálním ceníku At Media;
3. **Mediální agentura** – subjekt provozující obchodní aktivity, které mimo jiné zahrnují výběr a nákup reklamního času pro Inzerenty na TV stanicích;
4. **Inzerent** – subjekt, jehož produkt, služba, nebo myšlenka je náplní reklamního spotu, resp. kampaně;
5. **Klient** – subjekt (včetně Mediálních agentur, Inzerentů), který pověřuje společnost At Media k vysílání Reklamních kampaní v komerčním čase TS. Klienti jsou smluvními partnery At Media na základě Smlouvy o vzájemné spolupráci a/nebo potvrzené Objednávky vysílání reklamních spotů;
6. **Reklamní kampaně** - vysílání reklamních spotů, sponzorských vzkazů, teleshoppingových spotů či jiných forem komerční prezentace v TV vysílání prezentujících zboží nebo služby Inzerenta na TS podle jednotlivých objednávek;
7. **Vysílací materiály** - všechny nosiče, na kterých je reklamní spot nebo sponzorský vzkaz (určený k vysílání na TS) nahrán nebo uložen;
8. **Pracovní den** - pondělí až pátek, od 9 do 17 hodin, mimo státem uznané svátky v České republice;
9. **Technické podmínky** - současné platné Podmínky pro příjem reklamních spotů a sponzorských vzkazů;
10. **Smlouva o spolupráci** - smlouva společnosti At Media s Klientem, Mediální agenturou jednajícím jménem Inzerenta nebo Mediální agenturou jednajícím vlastním jménem ve prospěch Inzerenta; smlouva o spolupráci je plněna prostřednictvím vytvoření a splnění Objednávky vysílání reklamních spotů;
11. **Potvrzená objednávka reklamní kampaně** – znamená závaznou neodvolatelnou objednávku, na základě níž se At Media zavazuje zajistit odvysílání reklamní kampaně a klient se zavazuje uhradit odměnu dle platných podmínek. Objednávku připraví At Media na základě odsouhlasených požadavků klienta.
12. **Ratingový bod** - ukazatel sledovanosti reklamního spotu vyjádřený Ratingem v %, kde jeden bod znamená, že reklamní spot sledovalo 1% dané cílové skupiny. Definice sledovanosti daného reklamního spotu a celkového počtu osob tvořících danou cílovou skupinu vychází z definice TV metrového výzkumu prováděného společností ATO - Mediaresearch a je uváděna s přesností na 3 desetinná místa.
13. **GRP** – součet ratingových bodů odpovídající zásahu 1% nákupní cílové skupiny
14. **CPP** – cost per point, cena za odvysílání 1 GRP.
15. **Cílová skupina** - znamená fyzické osoby v daném věku (dle ceníku At Media), které žijí v České republice.
16. **GRP balíček**- kombinace stanic At Media vytvořená pro síťové plánování a nákup reklamních kampaní. Balíček je rozlišen podle množství a profilu zařazených stanic, jejich cílových skupin, resp. možnosti výběru konkrétní stanice.
17. **Spot** - znamená Reklamní spot a Sponzorský spot.
18. **Reklamní spot** - znamená audiovizuální, případně pouze vizuálně zpracované oznámení, převedení či jinou prezentaci, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb a propagaci ochranné známky.
19. **Reklamní blok**: znamená část vysílání na stanicích zastupovaných At Media určenou pro vysílání Reklamních spotů, oddělenou od ostatního vysílání na stanicích zastupovaných At Media v souladu s obecně závaznými právními předpisy.

Vydáno dne 1.11.2011