



atmedia

OBCHODNÍ NABÍDKA 2020

Atmedia obchodní nabídka 2020

[Nabízíme řešení pro každou marketingovou výzvu](#)

[Proč se vyplatí inzerovat v televizi](#)

[Reklama na tematických televizních stanicích Atmedia má mnoho výhod](#)

[Kampaň na tematických TV je často efektivnější než v online médiích](#)

01. Přehled produktů

[Jak můžete inzerovat na TV stanicích Atmedia](#)

[Obchodní balíčky](#)

- > [Balíček stanic atmax](#)
- > [Balíček stanic atchoice](#)
- > [Balíček stanic atadults](#)
- > [Balíček stanic atkids](#)

[Neměřené televizní stanice](#)

[Speciální formáty inzerce](#)

- > [Sponzoring a product placement](#)
- > [Minipořady a teleshopping](#)
- > [Reklamní formáty hybridní televize HbbTV](#)
- > [Exkluzivní partnerství s Formulí 1](#)

02. Nabídka TV stanic

[Na jakých TV stanicích můžete inzerovat](#)

[Reklamní portfolio TV stanic](#)

03. Plánování & spolupráce

[Spuštění TV kampaně je jednoduché](#)

[Obchodní podmínky & ceník](#)

[Kontakt na obchodníky](#)

04. Představení portfolia

[Měřené TV stanice](#)

[Neměřené TV stanice](#)



Prodáváme reklamní prostor na tematických televizních stanicích. Na českém trhu působíme již od roku 2008 a neustále hledáme nové cesty k co nejefektivnějšímu oslovení vašich zákazníků.

34 %

dětských diváků ve věku 4–14 osloví naše TV stanice za měsíc ⁽²⁾

25

tematických televizních stanic v portfoliu Atmedia

61 %

zadavatelů využívá našich služeb ⁽³⁾

3,6 mil.

diváků ve věku 15–69 osloví naše TV stanice za měsíc ⁽¹⁾

(1) ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 01–06/2019, Reach 000, CS 15–69

(2) ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 01–06/2019, Reach , CS 4–14

(3) ATO – Nielsen Admosphere, 01–06/2019

Nabízíme řešení pro každou marketingovou výzvu



Budujete brand image?

Péče o dobré jméno a image značky je nikdy nekončící proces. Víme, že vývoj trhu před vás neustále klade nové výzvy, jejichž řešení vyžaduje marketingovou aktivitu.

Ta si může klást různé cíle jako

- > zvýšit povědomí o značce,
- > vylepšit image značky,
- > reagovat na novou konkurenci na trhu, upravit positioning značky vůči novému produktu či službě...



Uvádíte nový produkt?

Zabydlet na trhu nový produkt patří ke klíčovým úkolům každého marketéra. Abyste tuto výzvu úspěšně zvládli, potřebujete dobrou souhru strategie, kreativy i samotné exekuce.

V ideálním případě se pak daří

- > představit produkt potenciálním zákazníkům,
- > vybudovat u cílové skupiny asociace, které jsou s produktem spojené,
- > představit, jakou hodnotu má pro zákazníka,
- > přesvědčit o jeho výhodách oproti konkurenci...



Chcete posílit prodej?

Nejobvyklejší a zároveň nejnáročnější úkol marketingového oddělení. Komunikační aktivity je třeba namíchat ve správném poměru a s alchymistickou přesností.

Úspěch se pozná, když se povede

- > udržet nebo navýšit prodeje,
- > zvýšit frekvenci nákupů,
- > připomenout nákupní příležitost...

...anebo něco dalšího? Televizní reklama na tematických stanicích Atmedia nabízí efektivní řešení každé marketingové výzvy.

Proč se vyplatí inzerovat v televizi

Žádné jiné médium neumí v jeden okamžik oslovit tolik lidí jako televize. Díky technickým inovacím se neustále zdokonaluje cílení televizní reklamy a při správné kombinaci sdělení a jeho načasování dosahuje televizní reklama výrazně vyšší efektivity než jiné typy médií. Navíc s přesně měřitelnými výsledky, dostupnými do druhého dne po odvysílání.



Největší zásah & efektivita

- > **TV denně osloví téměř ¾ české populace** a reklamu v TV si lidé pamatují nejdéle. ⁽¹⁾
- > Podle průzkumů dosahují kampaně v jiných médiích největší efektivity právě ve spojení s TV reklamou, protože **TV reklama má dlouhodobý efekt**, kterým zvyšuje celkové povědomí o značce.
- > Kampaně v televizi mívají rychlou odezvu, zvyšují návštěvnost webových stránek a **přímo se tak podílejí na obchodních výsledcích** zadavatele.



Přesné měření & cílení

- > **Efektivitu televizní reklamy měří nezávislá třetí strana.**
- > Zásah televizní reklamy má univerzální jednotku GRP. **Je snadno porovnatelný** a výsledky jsou dostupné ihned druhý den ráno.
- > Televize umožňuje **cílení reklamy podle sociodemografických údajů** a mnoha dalších parametrů.



Větší pozornost & ohlas

- > Televize je nejoblíbenějším médiem, Češi u ní stráví v průměru téměř **4 hodiny denně**, což je nejvíce ze všech typů médií. ⁽²⁾
- > Diváci věnují TV reklamě v porovnání s jinými formami reklamy **mnohem větší pozornost**, sledují ji na velké obrazovce.
- > Spojení obrazu a zvuku **vzbuzuje silnější emoce**.

⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0-3, 01-06/2019, Reach, CS 15+
⁽²⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0-3, 01-06/2019, ATS/den, CS 15+

Proč se vyplatí inzerovat v televizi

1 Kč = 4,2 Kč

Každá koruna investovaná do TV reklamy navýší vaše tržby průměrně o 4,2 Kč. ⁽²⁾

Televizní reklama je pod přísnou kontrolou a diváci ji vnímají jako médium s nezávadným obsahem.

42 %

lidí tvrdí, že TV reklamě mohou důvěřovat ⁽³⁾

což je asi 7krát více než u online reklamy, 4krát více než u tisku a 5krát více než u rádia



Televize je velice populárním médiem s vysokou sledovaností. ⁽¹⁾

73% denní zásah české populace 15+

90% denní zásah české populace 15+

96% denní zásah české populace 15+

58 %

lidí uvádí, že u nich televizní reklama vyvolává emoce ⁽⁴⁾

což je asi 9krát více než u online reklamy, 13krát více než u tisku a 11krát více než u rádia

⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO-3, 01-06/2019, Reach, CS 15+
⁽²⁾ Ebiquity / Thinkbox, Profit Ability: The Business Case For Advertising, 2018
⁽³⁻⁴⁾ Ipsos Connect / Thinkbox, TV/Ad Nation 2016, CS 15+

Reklama na tematických televizních stanicích Atmedia má mnoho výhod

Oproti plnoformátovým kanálům má reklama na jasněji profilovaných tematických televizích řadu předností. Využijte jich!



Přesnější cílení & flexibilita nasazení kampaně

- > Sledováním tematických televizí diváci jasně naznačují své zájmy a preference, jejich kombinace tak umožňují **jedinečné varianty cílení v rámci českého trhu**.
- > Máte **možnost výběru času, dne či konkrétních stanic** pro nasazení reklamy.
- > Můžete **flexibilně reagovat na průběh kampaně**, včetně možnosti operativně vyměnit spot či sdělení.



Bonitnější, majetnější & náročnější diváci

- > Diváci tematických stanic si pečlivě vybírají, co budou sledovat, a často **neváhají si připlatit** za zajímavější program.
- > Diváci tematických stanic **utrácejí více** než diváci plnoformátových televizí, nakupují dražší a kvalitnější produkty.
- > Diváci tematických TV stanic **více sledují aktuální trendy**.

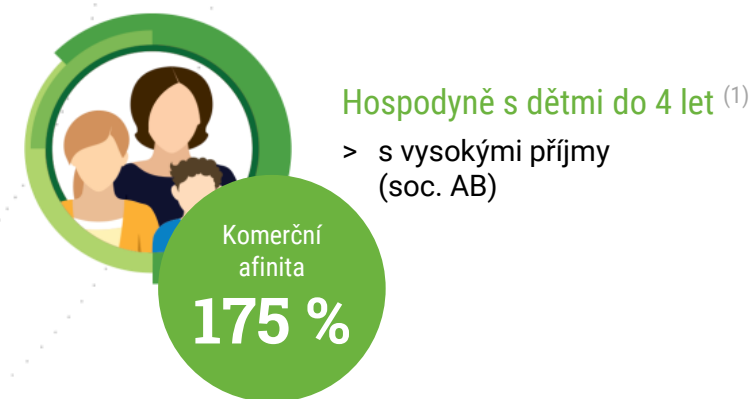
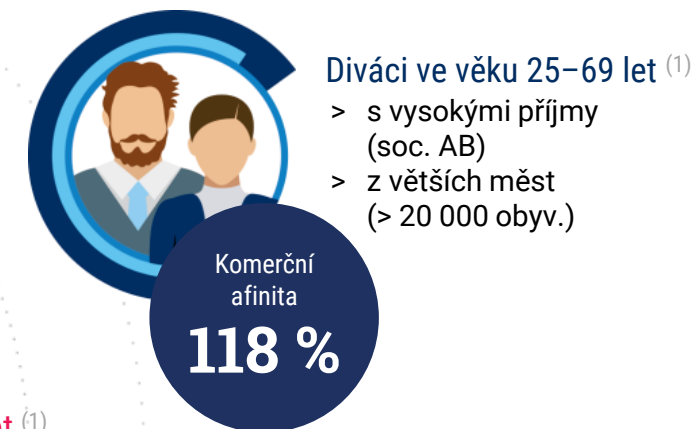
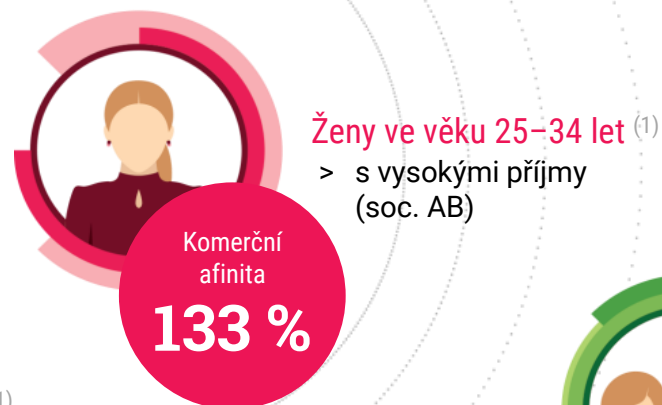
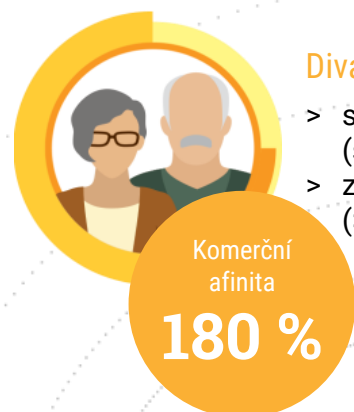
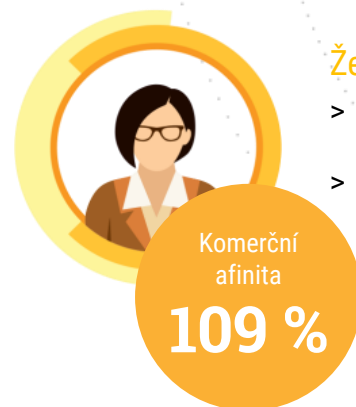
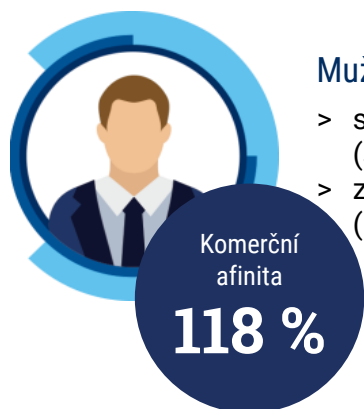


Větší vstřícnost diváků k reklamě

- > Diváci tematických TV mají **pozitivnější vztah k reklamě**. V porovnání s diváky plnoformátových stanic jich o 50 % více uvádí, že je reklama neobtěžuje. ⁽¹⁾
- > Diváci tematických TV se reklamou ve výraznější míře **necháávají inspirovat** k vyhledávání informací o produktech (v porovnání s diváky plnoformátových stanic jich o 59 % více tvrdí, že se nechávají inspirovat TV reklamou). ⁽²⁾
- > Diváci tematických TV si spontánně **vybavují více reklam** (v porovnání s diváky plnoformátových stanic si jich TV reklamu vybavuje o 19 % více). ⁽³⁾

Široké portfolio diváků a cílových skupin

Kombinací TV stanic umíme oslovit velmi atraktivní cílové skupiny diváků.



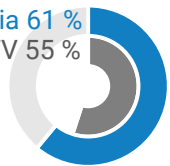
(1) ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 01–06/2019, TRP 30s bloku, k CS 15–69, atchoice

Známe spotřební chování našich zákazníků

do nejmenšího detailu

Diváci Atmedia více utrácejí a neváhají si připlatit za kvalitu ⁽¹⁾

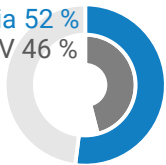
diváci Atmedia 61 %
diváci ostatních TV 55 %



+6 %

tvrdí, že se vyplatí
připlatit si za kvalitní
produkt

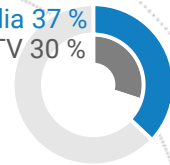
diváci Atmedia 52 %
diváci ostatních TV 46 %



+6 %

mají čistý měsíční příjem
domácnosti nad
30 000 Kč

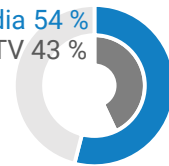
diváci Atmedia 37 %
diváci ostatních TV 30 %



+7 %

nakupují dětské
hračky a hry ⁽²⁾

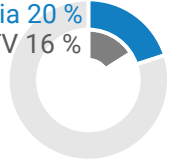
diváci Atmedia 54 %
diváci ostatních TV 43 %



+11 %

využívají pojištění
domácnosti ⁽⁴⁾

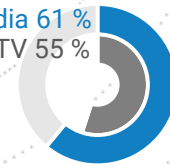
diváci Atmedia 20 %
diváci ostatních TV 16 %



+4 %

si svůj poslední automobil
koupili za více než 300 000
Kč ⁽⁵⁾

diváci Atmedia 61 %
diváci ostatních TV 55 %



+6 %

nakupují čokoládové
tyčinky a jiné
cukrovinky ⁽³⁾

a také

Kampaň na tematických TV je často efektivnější než v online médiích

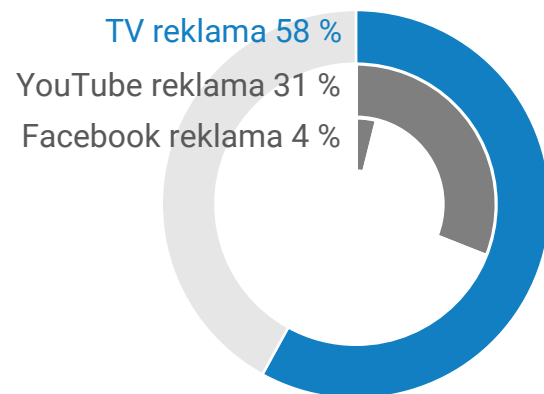
Online kampaně jsou trendy, kampaně na tematických TV však mají v mnoha případech mnohem lepší výsledky. Pokud potřebujete vaše sdělení dostat k co nejvíce potenciálním zákazníkům, představují tematické televize efektivnější alternativu online médií. Takto například vypadaly výsledky naší vlastní kampaně z června 2018 na jednom z velkých online portálů v porovnání s výsledky reklamy na našich tematických TV.



Další důvody marketingové atraktivity televizní reklamy

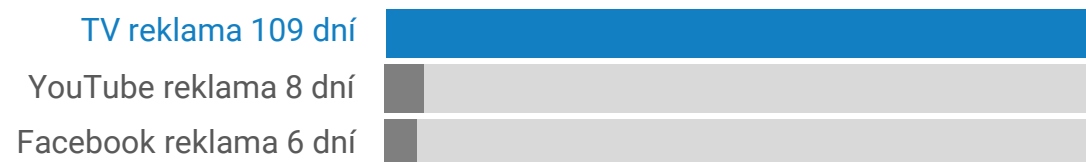
TV reklamu sledují lidé mnohem pozorněji ⁽¹⁾

2krát pozorněji než YouTube
a 15krát pozorněji než Facebook



TV reklamu si lidé pamatují déle ⁽²⁾

až 3 měsíce po zhlédnutí si diváci vybavují TV reklamu,
na sociálních sítích nemá reklama na lidi vliv již
po několika málo dnech



01. PŘEHLED PRODUKTŮ



Jak můžete inzerovat na TV stanicích Atmedia

Nabízíme nejružnější reklamní formáty od klasických spotů po speciální inzerci.

Prodej na GRP na měřených TV stanicích

Na měřených televizních stanicích je prodejní jednotkou GRP, tj. konkrétní počet diváků v dané cílové skupině. Seskupením TV stanic do tematických balíčků nabízíme vyšší zásah vaší cílové skupiny a tedy i vyšší efektivitu kampaní.

OBCHODNÍ BALÍČKY

Efektivní cesta k oslovení vaší cílové skupiny.

atmax

atchoice

atadults

atkids

Spotová inzerce na neměřených TV stanicích

U neměřených televizních stanic můžete zakoupit konkrétní počet reklamních spotů.



televízia
osem HD



arena
sport

TV **BRNO** 1

Speciální formáty inzerce

Prodej speciálních formátů inzerce se řídí specifickými parametry každého produktu.



**SPONZORING A PRODUCT
PLACEMENT**



**MINIPOŘADY A
TELESHOPPING**



**REKLAMNÍ FORMÁTY
HYBRIDNÍ TV (HBBTV)**



**PARTNERSTVÍ
S FORMULÍ 1**

Na měřených stanicích můžete zakoupit také klasické reklamní spoty. GRPy i spotovou reklamu je možné zakoupit pro každou TV stanicí samostatně.

...nebo připravíme nabídku přímo pro vaši marketingovou výzvu!

OBCHODNÍ BALÍČKY

Naše tematické stanice seskupujeme podle složení jejich diváků do logických balíčků, které umožňují efektivní cílení vaší kampaně. Jako prodejní jednotka slouží GRP, nakupujete tedy přesný počet diváků, který chcete zasáhnout.

1 GRP = 71 657 diváků
(tj. 1 % ze všech diváků cílové skupiny ve věku 15–69) ⁽¹⁾

(1) ATO – Nielsen Admosphere, 01–06/2019

atmax

Dostaňte vaše sdělení k co největšímu počtu diváků na všech měřených tematických stanicích, které zastupujeme.



atchoice

Sestavte si vlastní balíček přímo podle potřeb konkrétní kampaně. Balíček minimálně 8 stanic sestavujeme na základě vašich individuálních požadavků.



atadults

Oslovte vaší nabídkou dospělé diváky na 16 tematických stanicích.



atkids

Využijte možnosti cílit na dětské diváky a jejich rodiče. Tuto možnost nabízíme jako jediné mediální zastupitelství na trhu.



Balíček stanic atmax

Využijte náš reklamní prostor naplno a dostaňte vaši nabídku k celé rodině napříč všemi televizními žánry. Balíček atmax umožňuje oslovit široké spektrum diváků, zahrnuje všech 19 měřených stanic v portfoliu Atmedia.



Brand image

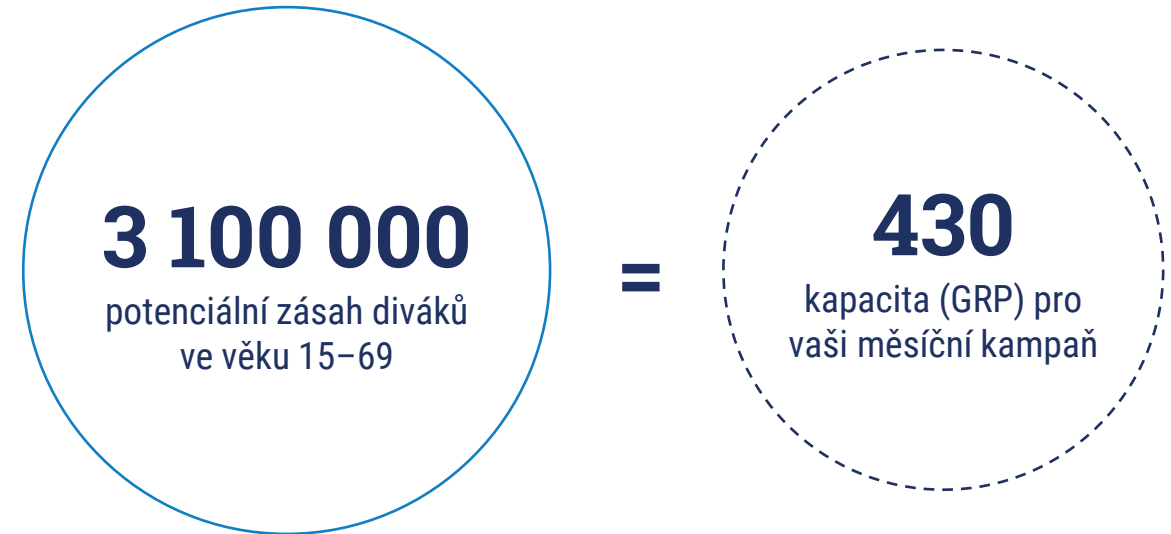


Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	maximální zásah
Prodejní cílová skupina	15–69 let
Stanice	kompletní portfolio 19 měřených TV stanic Atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků

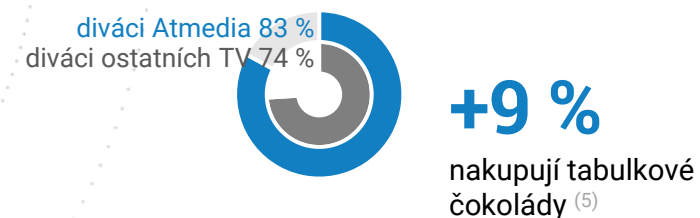
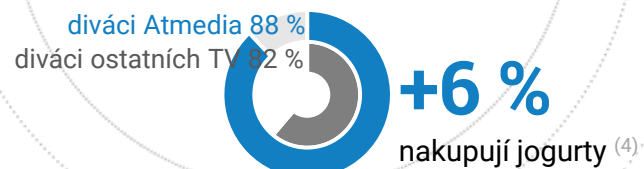
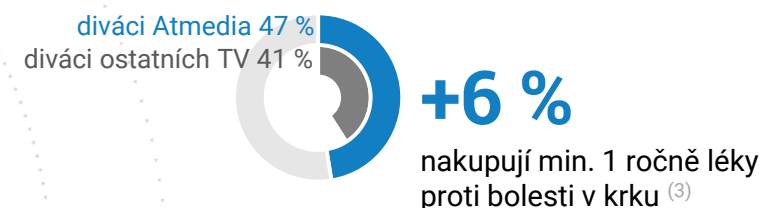
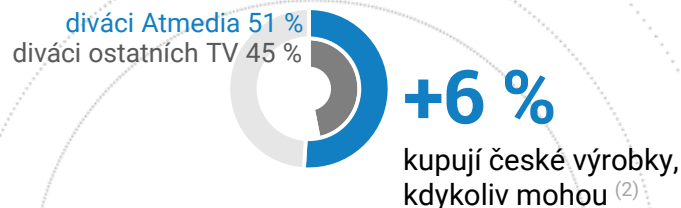


Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS MYSTERY
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJ CINEMA	family	MAX
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL FACTORY TV	RELAX PODOBA TV	SPEKTRUM	SPORT 1	SPORT 2
paprika	arena sport	CS HORROR	REBEL FACTORY TV	TV BRNO 1	televízia osem HD
V					

Více informací k jednotlivým TV stanicím
najdete na stranách 44–51.

Balíček stanic at**max**



*Známe spotřební chování našich diváků.
 Potřebujete vědět, jak nakupují jiné
 produkty, případně konkrétně ten Váš?
 Dejte nám vědět. Zjistíme to!*

Balíček stanic at**choice**

Sestavte si vlastní balíček TV stanic pro vaši specifickou cílovou skupinu. Pomůžeme vám vybrat nejméně 8 stanic z našeho portfolia tak, abyste dosáhli maximálního efektu a oslovili přesně ty diváky, které potřebujete.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	oslovit užší zájmovou skupinu
Prodejní cílová skupina	15–69 let
Stanice	8 a více měřených TV stanic z portfolia Atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	sestavení výběru stanic technické zajištění vyhodnocování výsledků

Jak balíček atchoice funguje?

Příklad:

Žena ve věku 25–34 let

Představte si, že vaši kampaní chcete oslovit mladší ženy s vyššími příjmy (soc. AB). Po konzultaci vám z portfolia našich stanic vybereme nejméně 8, které sleduje vaše cílová skupina.

Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS SPORT
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJO CINEMA	family	ALFA
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	RELAX	SPEKTRUM	SPORT 1	SPORT 2
paprika	arena sport	CS SPORT	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem
V					

Více informací k jednotlivým TV stanicím najdete na stranách 44–51.

Balíček stanic at**choice**

*Známe spotřební chování našich diváků.
Potřebujete vědět, jak nakupují jiné
produkty, případně konkrétně ten Váš?
Dejte nám vědět. Zjistíme to!*

133 %

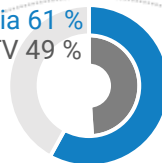
*údaj pro příklad
z předchozího slidu*

**komerční afinita
žen ve věku
25–34 let
(soc. AB) ⁽¹⁾**



Kapacita (GRP) pro vaši měsíční kampaň i potenciální zásah závisí na individuálním výběru jednotlivých TV stanic. Při výběru samozřejmě upřesníme konkrétní čísla.

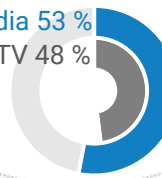
diváci Atmedia 61 %
diváci ostatních TV 49 %



+12 %

nakupují ochucené nápoje
s obsahem CO₂ ⁽²⁾

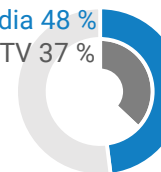
diváci Atmedia 53 %
diváci ostatních TV 48 %



+5 %

rádi vylepšují svůj byt ⁽⁴⁾

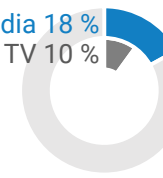
diváci Atmedia 48 %
diváci ostatních TV 37 %



+11 %

využívají cestovní
pojištění ⁽⁵⁾

diváci Atmedia 18 %
diváci ostatních TV 10 %



+8 %

utratí za toaletní
vody a parfémy
více než 300 Kč
měsíčně ⁽²⁾

Balíček stanic atadults

Oslovte svou nabídkou dospělé diváky na 16 stanicích nejružnějšího zaměření od filmových a seriálových přes sportovní až po dokumentární.



Brand image

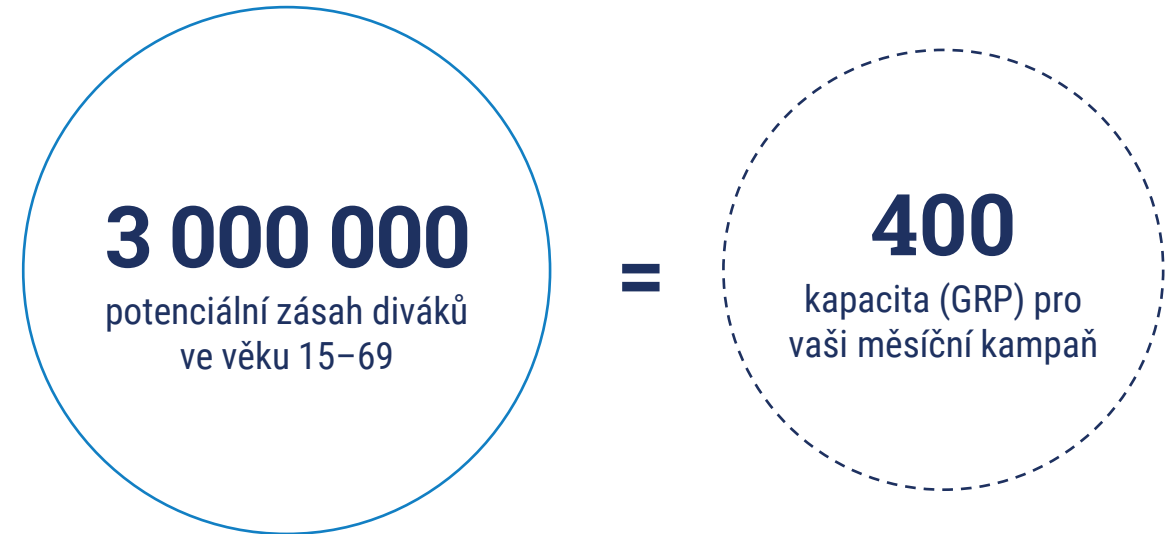


Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	oslovit dospělé diváky
Prodejní cílová skupina	15–69 let
Stanice	16 měřených TV stanic z portfolia Atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků

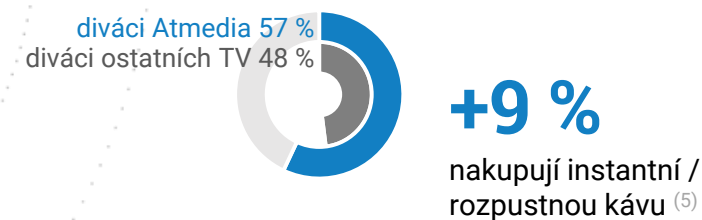
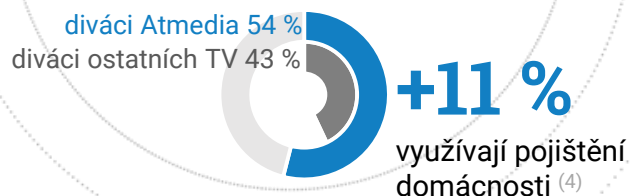
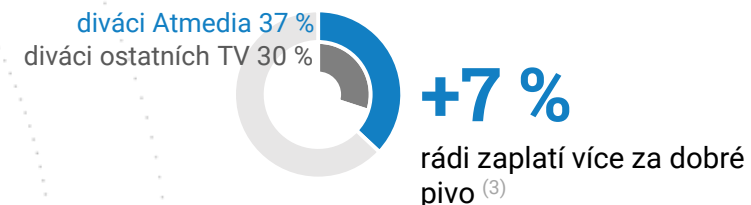
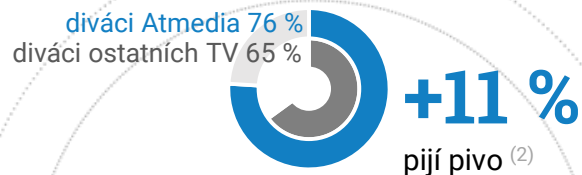


Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS MYSTERY
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJO CINEMA	family	ALFA
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	RELAX ROZHOVY TV	SPEKTRUM	SPORT 1	SPORT 2
paprika	arena sport	CS HODINY	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem
V					

Více informací k jednotlivým TV stanicím najdete na stranách 44–51.

Balíček stanic at**adults**



*Známe spotřební chování našich diváků.
 Potřebujete vědět, jak nakupují jiné
 produkty, případně konkrétně ten Váš?
 Dejte nám vědět. Zjistíme to!*

Balíček stanic at**kids**

Využijte jedinečné možnosti zaujmout reklamou dětské diváky i jejich rodiče. Díky našemu unikátnímu balíčku atkids je můžete efektivně oslovit na 3 měřených dětských televizních stanicích.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	oslovit dětské diváky a jejich rodiče
Prodejní cílová skupina	4–14 let
Stanice	3 měřené dětské TV stanice z portfolia Atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků



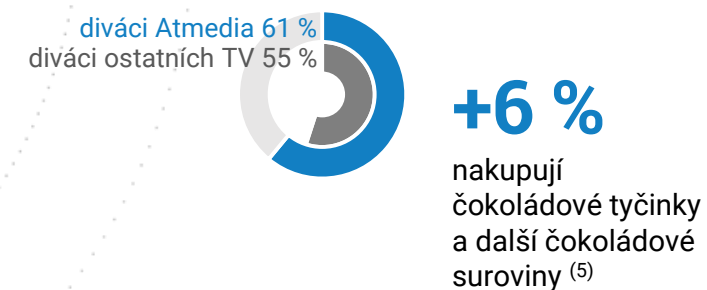
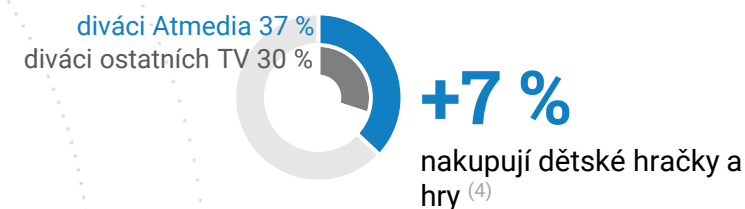
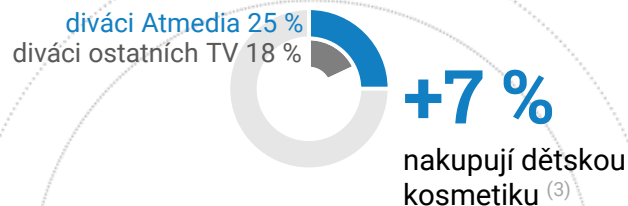
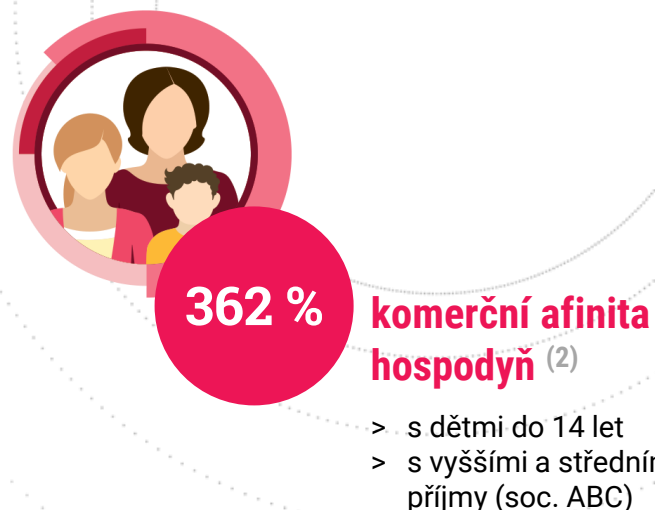
Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS LIFE
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJO CINEMA	family	MINIAX
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	RELA	SPEKTRUM	sport 1	sport 2
paprika	arena sport	CS HORIZON	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem
V					

Více informací k jednotlivým TV stanicím
najdete na stranách 44–51.

Balíček stanic at**kids**

*Známe spotřební chování našich diváků.
Potřebujete vědět, jak nakupují jiné
produkty, případně konkrétně ten Váš?
Dejte nám vědět. Zjistíme to!*



NEMĚŘENÉ TELEVIZNÍ STANICE

Oslovte diváky v regionech nebo se specifickými zájmy prostřednictvím spotové reklamy na neměřených televizních stanicích. U těchto stanic neprobíhá kontinuální měření sledovanosti, víme ale, jakou mají dostupnost a kolik diváků můžete jejich prostřednictvím oslovit.

až
1 900 000

diváků ve svých domácnostech
přijímá některou z našich
neměřených TV stanic



Reklama za velmi výhodnou cenu



Vhodné pro regionální firmy



Atraktivní zájmové skupiny diváků



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS MYSTERY
Disney	film	FILM BOX	JOJO CINEMA	family	WOW
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	REBEL	SPEKTRUM	SPORT 1	SPORT 2
paprika	arena sport	CS HORROR	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem. HD
V					

Když potřebujete

oslovit diváky v regionech

Stanice

6 neměřených TV stanic z portfolia Atmedia

Prodejní jednotka

počet spotů

Atmedia servis

výběr stanic
technické zajištění

SPECIÁLNÍ FORMÁTY INZERCE

Využijte ve vašem marketingu méně běžné cesty k oslovení vaší cílové skupiny. Vedle klasických nabízíme i inovativní formáty využívající možnosti moderních televizních služeb, které vaše konkurence možná ještě nezná.

Sponzoring a product placement

Chcete podpořit prezentaci svých produktů či služeb? Využijte možnost vložení sponzorských vzkazů do oblíbených pořadů na tematických TV stanicích a propojte s nimi váš brand.



Miniporady a teleshopping

Zaujměte televizní diváky, představte jim svůj produkt v oblíbeném formátu – formou teleshoppingu na 6 TV stanicích podle výběru.



Reklamní formáty hybridní TV HbbTV

Využijte výhody moderní hybridní televize HbbTV a získejte unikátní prezentační prostor mimo reklamní break či možnost představit produkt prostřednictvím aplikace.



Partnerství s Formulí 1

Staňte se partnerem legendární Formule 1. Oslovte především mladší muže s vyššími příjmy a provázejte je po celý rok ve více než 20 zemích a 5 kontinentech.



Sponsoring a product placement

Bud'te na očích vaší cílové skupině v okamžiku, kdy obrazovce věnuje plnou pozornost. Sponzorské vzkazy i product placement si v porovnání s reklamními spoty vybavuje více diváků a umožňují elegantně propojit vaši značku s oblíbenými pořady na tematických stanicích.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	budovat značku a zvyšovat o ní povědomí
Prodejní jednotka	počet sponzorských vzkazů / PP individuální
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků

17 %

průměrný nárůst povědomí
o značce po ukončení
kampaně sponzoringu
(u méně známých značek) ⁽¹⁾

*Prodej sponzorských vzkazů
a product placement jsou možný
individuálně pro jednotlivé
TV stanice.*

Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

Více informací k jednotlivým TV stanicím
najdete na stranách 44–51.



Sponzoring

Budujte identitu vaší značky spojením s tematickými TV pořady, které s ní souzní. Umístění sponzorského vzkazu u konkrétního pořadu je velmi efektivní cestou, jak vaši značku zviditelnit.

- ✓ sponzorské vzkazy sleduje více diváků než klasickou reklamou
- ✓ sponzorské vzkazy si diváci v porovnání s klasickou reklamou lépe vybavují
- ✓ spojení vaší značky s konkrétním pořadem usnadňuje navázání vztahu s vaší cílovou skupinou



Product placement

Využijte možnost ukázat vaše produkty či služby v oblíbených pořadech na tematických TV stanicích. Nerušivou, přirozenou cestou, která pomáhá posílit značku i zvýšit prodeje.

- ✓ produkt či služba se objevují v kontextu, což usnadňuje navázání emocionální vazby se spotřebitelem
- ✓ viditelnost produktu v čase, kdy divák věnuje obrazovce plnou pozornost
- ✓ nevtrlivý způsob reklamy
- ✓ velká účinnost (blíží se statusu „ústního doporučení“)

Minipořady a teleshopping

Zajistěte prezentaci vašich produktů či služeb odpovídající prostor. Zařazení minipořadů či teleshoppingové nabídky do vysílání umožňuje oslovit velký počet diváků, dosáhnout rychlé odezvy a okamžitého zvýšení prodejů.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	zvýšit prodej, vysvětlit přínosy produktu/služby na větším prostoru
Prodejní jednotka	počet minut / individuální
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků



Prodej minipořadů a teleshoppingu je většinou individuální po pro jednotlivé TV stanice.

Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS MYSTERY
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJO CINEMA	family	MINIAX
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	RELA	SPEKTRUM	SPORT 1	SPORT 2
paprika	arena sport	CS HORIZON	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem
V					

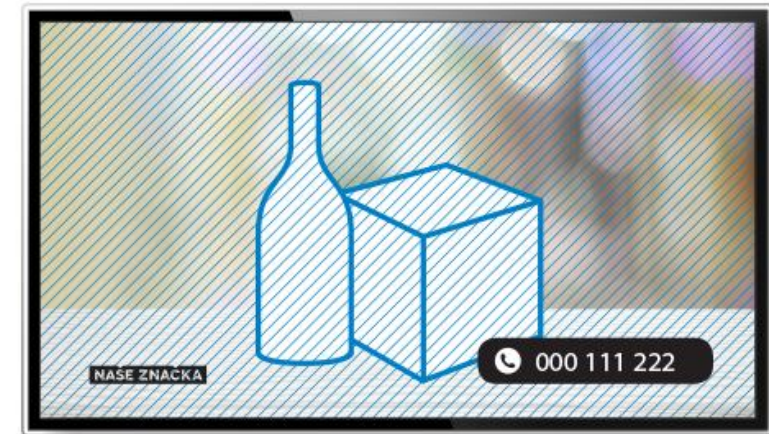
Více informací k jednotlivým TV stanicím najdete na stranách 44–51.



Minipořady

Uvedte vlastní tematický pořad, který přestaví váš produkt či službu v praxi. Unikátní pozice mimo reklamní sdělení a možnost podpořit pořad sponzoringem představují zajímavou příležitost pro váš marketing.

- ✓ větší prostor, možnost vysvětlit přínosy
- ✓ vhodný formát pro prezentaci případové studie
- ✓ možné využít i pro B2B komunikaci
- ✓ decentní forma prezentace



Teleshopping

Představte váš produkt či službu v oblíbeném formátu spojeném s přímým telefonickým prodejem zboží. Díky dostatečnému prostoru a času dosahuje teleshopping vysoké míry přesvědčivosti a efektivity.

- ✓ dostatečný prostor pro představení produktu/služby
- ✓ propojení s přímým prodejem, okamžitý efekt
- ✓ s potenciálními zákazníky komunikujete dlouhodobě

Reklamní formáty hybridní televize HbbTV

Spojte výhody lineárního televizního vysílání s interaktivitou internetu a získejte tak neomezený prostor pro komunikaci s vaší cílovou skupinou. Nové formáty spojené s hybridní televizí představují nejmodernější způsob oslovení zákazníků, který konkurence možná ještě nezná, v efektivitě prodeje navíc dosahují lepších výsledků než online kampaně.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje



Když potřebujete	vstoupit s vaší cílovou skupinou do interakce, podpořit prodej, získávat leady
Prodejní jednotka	imprese (tisíc zobrazení)
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků

Příklad kampaně

Hyundai se rozhodl v rámci HbbTV kampaně interaktivním způsobem představit nový model Tucson. V aplikaci si divák mohl prohlédnout interiér vozidla a spustit několik videí s hlavními inovacemi. A v případě zájmu rovnou objednat testovací jízdu a využít jedinečnou akční nabídku.

- > Počet zobrazení: **500 000**
- > Míra prokliku: **1,30 %**
- > Průměrná doba v aplikaci: **6 min.**
- > Počet spuštěných videí: **2 920**

Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS MYSTERY
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJO CINEMA	family	ALFA
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	RELAX POKOJNÁ TV	SPEKTRUM	sport 1	sport 2
paprika	arena sport	CS HORIZON	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem
V					

Více informací k jednotlivým TV stanicím najdete na stranách 44–51.

HbbTV

Využijte interaktivních služeb Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV), které fungují na moderních televizorech všech značek. Do prostředí HbbTV divák vstupuje nejčastěji stisknutím červeného tlačítka – tím se dostává do online aplikace, která umožňuje různou formu akce od nákupu v e-shopu přes přehrání videa po kalkulaci nabídky služeb.

- ✓ interaktivní reklama na největší obrazovce v domácnosti, která se může zobrazit i mimo reklamní break a upoutat více pozornosti
- ✓ široká možnost využití aplikací (sběr leadů, nabídka produktu s QR kódem, gamifikační prvky s vaší značkou apod.)
- ✓ podrobná data o divácích umožňují velice přesné cílení

Formy HbbTV reklamy



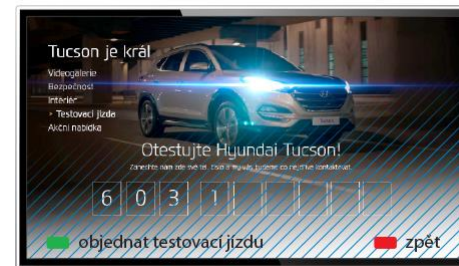
STATICKÝ BANNER

- > Během TV vysílání se divákům zobrazí váš banner, který může mít různé formáty a velikost.
- > Na banneru může být nejen vaše logo, ale také jednoduché sdělení divákům.



INTERAKTIVNÍ BANNER

- > Během TV vysílání se divákům zobrazí váš banner, který může mít různé formáty a velikost.
- > Po stisknutí červeného tlačítka se zobrazí celostránková inzerce (statický obrázek), nebo přehraje video, ve kterém můžete diváky zaujmout vašim produktem nebo službou.



APLIKACE

- > Během TV vysílání se divákům zobrazí váš banner, který může mít různé formáty a velikost.
- > Po stisknutí červeného tlačítka se divák dostane do aplikace, kde lze přehrát videa o produktech a službách, nebo zobrazit fotogalerii.
- > Divákům můžete nabídnout také interaktivní hry, případně aplikaci využít na sběr leadů.

Exkluzivní partnerství s Formulí 1

Staňte se partnerem legendární Formule 1. Provázejte vaše potenciální zákazníky po celý rok ve více než 20 zemích na 5 kontinentech. Během jedné sezóny můžete oslovit až 535 tisíc fanoušků motoristické královny.

5,22 %

průměrný podíl na sledovanosti přímých přenosů závodů v CS 15–69 ⁽²⁾

535 000

zásah diváků ve věku 15–69 za celou sezónu (přímé přenosy) ⁽¹⁾



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje



Když potřebujete	budovat značku a zvyšovat povědomí o ní, především mezi mužskými diváky
Prodejní jednotka	15–69 let
Atmedia servis	optimalizace mediaplánu technické zajištění vyhodnocování výsledků

Zahrnuté stanice | nezahrnuté stanice

amc	AXN	CN CARTOON NETWORK	CS FILM	CS HISTORY	CS LIFE
Disney CHANNEL	film	FILMBOX	JOJO CINEMA	family	AXN
NATIONAL GEOGRAPHIC	REBEL	RELA	SPEKTRUM	SPORT 1	SPORT 2
paprika	arena sport	CS HORROR	REBEL	TV BRNO 1	televízia osem
V					

Více informací k jednotlivým TV stanicím najdete na stranách 44–51.

(1) ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2018, Reach 000, CS 15–69

(2) ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2018, Share, CS 15–69

Exkluzivní partnerství Atmedia s Formulí 1 nám umožňuje nabízet zajímavý prostor pro prezentaci vaší značky.

- ✓ dobrá viditelnost
- ✓ spojení s jedním z nejpopulárnějších motoristických sportů
- ✓ vysoká afinita mužského publika



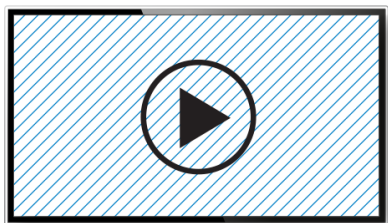
Formulí 1 sledují atraktivní cílové skupiny diváků ⁽¹⁾

157 % Afinita mužů ve věku 15–69

153 % Afinita mužů ve věku 25–34 s vyššími příjmy (soc. ABC1)

183 % Afinita mužů ve věku 35–54 z měst nad 100 tisíc obyvatel

Formy prezentace



REKLAMNÍ SPOT

- > Reklamní spoty běží po celý víkend s F1, od prvního tréninku po hlavní závod.



SPONZORSKÝ VZKAZ

- > Sponzorské vzkazy o délce **4 vteřin** běží po celý víkend s F1, od prvního tréninku po hlavní závod.



BILLBOARD

- > Sponzorské vzkazy o délce **20 vteřin**, tzv. billboardy, otevírají a uzavírají hlavní závod F1 a jsou velice exkluzivní prezentací vaší značky.



SPLIT SCREEN

- > Reklamní spoty či sponzorské vzkazy o délce **až 45 vteřin** běží souběžně s hlavním závodem a představují nejexkluzivnější formu partnerství s F1.

02. NABÍDKA TV STANIC



Na jakých TV stanicích můžete inzerovat

V portfoliu Atmedia je zastoupeno mnoho typů TV stanic s rozdílnou metrikou, distribucí i dostupností TV signálu.

Metrika stanic



MĚŘENÉ

TV stanice zapojené do oficiálního elektronického měření sledovanosti televize (PCEM). Efektivita televizní reklamy je měřena nezávislou třetí stranou. Výsledky jsou dostupné hned druhý den ráno po odvysílání.

NEMĚŘENÉ

TV stanice nejsou zapojeny do oficiálního elektronického měření sledovanosti televize. TV stanice mají ovšem často vlastní průzkumy o sledovanosti jejich TV stanic.

Distribuce signálu



VOLNĚ ŠÍŘENÉ

TV stanice šířené přes digitální multiplexy DVB-T, resp. DVB-T2. Diváci mohou TV stanice přijímat ve svých domácnostech zdarma. Zároveň jsou tyto TV stanice také v nabídce satelitních, kabelových nebo IPTV operátorů.

V NABÍDCE PLACENÝCH OPERÁTORŮ

TV stanice zařazené v nabídce satelitních (např. Skylink), kabelových (např. UPC) a IPTV operátorů (např. O2 TV).

Dostupnost reklamy



ČR

Vaši reklamní kampaň uvidí diváci v ČR.

ČR / SK

Vaši reklamní kampaň uvidí diváci nejen v ČR, ale také na Slovensku. Výhodou je, že platíte pouze za oslovené diváky v ČR.

Na jakých TV stanicích můžete inzerovat

V portfoliu Atmedia je zastoupeno mnoho typů TV stanic s rozdílnou metrikou, distribucí i dostupností TV signálu.

Kategorie



DĚTSKÉ

Pro nejmenší diváky ve věku 4–14 let i jejich rodiče.

DOKUMENTÁRNÍ

Pro zvědavé diváky se zájmem o vědu, historii, přírodu i kultur.

FILMOVÉ

Pro filmožrouty všech věkových kategorií a žánrových zálib.

HUDEBNÍ

Pro fanoušky nejrůznějších hudebních rytmů a melodií.

LIFESTYLE

Pro diváky, kteří rádi zkoušejí nové trendy vaření, cestování nebo bydlení.

RODINNÉ

Zábava pro celou rodinu, od juniorů až po prarodiče, od reality show až po zpravodajství.

REGIONÁLNÍ

Pro zvědavé patrioty se zájmem o dění ve svém okolí.

SERIÁLOVÉ

Atraktivní seriálové tituly pro všechny televizní maratonce.

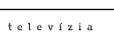
SPORTOVNÍ

Pro sportovní fandy míčů, raket, hokejek i rychlých aut.

Reklamní portfolio TV stanic

Stanice	Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Afinita typického diváka	atmax	atchoice	atadults	adkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	minipořady	teleshopping	HbbTV	Formule 1
 AMC	AMC	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Filmová / Seriálová	549 000 (CS 15–69)	Muž 35–64	169% (k CS 15–69)											
 Arena Sport	Arena Sport	Neměřená	Placení operátoři	ČR	Sportovní	–	–	–											
 AXN	AXN	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová / Seriálová	248 000 (CS 15–69)	Žena 35–59	185% (k CS 15–69)											
 Cartoon Network	Cartoon Network	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dětská	24 000 (CS 1–4)	Chlapec 6–12	189% (k CS 4–14)											
 CS Film	CS Film	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová	596 000 (CS 15–69)	Dospělí 45–69	167% (k CS 15–69)											
 CS History (War svět válek)	CS History (War svět válek)	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dokumentární	177 000 (CS 15–69)	Muž 35–59	269% (k CS 15–69)											
 CS Horror (Horor Film)	CS Horror (Horor Film)	Neměřená	Placení operátoři	ČR	Filmová	–	–	–											
 CS Mystery (Kino Svět)	CS Mystery (Kino Svět)	Měřená	Volně šířená	ČR	Dokumentární	725 000 (CS 15–69)	Dospělí 35–59	120% (k CS 15–69)											
 Disney Channel	Disney Channel	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dětská	87 000 (CS 4–14)	Dívka 10–12	299% (k CS 4–14)											
 Film+	Film+	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Filmová	583 000 (CS 15–69)	Muž 35–59	166% (k CS 15–69)											
 FilmBox	FilmBox	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová	742 000 (CS 15–69)	Dospělí 35–69	129% (k CS 15–69)											
 JOJ Cinema	JOJ Cinema	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová	667 000 (CS 15–69)	Dospělí 25–54	104% (k CS 15–69)											
 JOJ Family	JOJ Family	Měřená	Volně šířená	ČR	Rodinná	1 841 000 (CS 15–69)	Žena 25–59	106% (k CS 15–69)											
 Minimax	Minimax	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Dětská	106 000 (CS 4–14)	Dívka 4–9	246% (k CS 4–14)											

Reklamní portfolio TV stanic

Stanice		Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Afinita typického diváka	atmax	atchoice	atadults	adkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	pp	miniporady	teleshopping	HbbTV	Formule 1
	National Geographic	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dokumentární	250 000 (CS 15–69)	Muž 25–59	181% (k CS 15–69)												
	REBEL	Měřená	Volně šířená	ČR	Hudební	339 000 (CS 15–69)	Muž 35–59	190% (k CS 15–69)												
	REBEL 2 Slušnej kanál	Neměřená	Volně šířená	ČR	Hudební	–	–	–												
	RELAX	Měřená	Volně šířená	ČR	Life-style	500 000 (CS 15–69)	Žena 25–59	163% (k CS 4–14)												
	Spektrum	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Dokumentární	269 000 (CS 15–69)	Muž 35–59	176% (k CS 15–69)												
	Sport 1	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Sportovní	304 000 (CS 15–69)	Muž 25–59	160% (k CS 15–69)												
	Sport 2	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Sportovní	277 000 (CS 15–69)	Muž 25–59	152% (k CS 15–69)												
	TV Brno 1	Neměřená	Volně šířená	ČR	Regionální	–	–	–												
	TV Osem	Neměřená	Placení operátoři	ČR / SK	Life-style	–	–	–												
	TV Paprika	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Life-style	105 000 (CS 15–69)	Žena 35–69	157% (k CS 15–69)												
	V1	Neměřená	Volně šířená	ČR	Regionální	–	–	–												

03. PLÁNOVÁNÍ & SPOLUPRÁCE



Spuštění TV kampaně je jednoduché

Stačí, když nám dodáte TV spot, o vše ostatní se postaráme my.

Kontaktujte Atmedia



Poskytneme vám kompletní informace o možnostech inzerce na TV stanicích.

Domluvte mediaplán



Sestavíme vám optimální mediaplán dle vašich potřeb.

Dodejte reklamní spot



Rádi vám pomůžeme zařídit také produkci TV reklamy. Ta vůbec nemusí být drahá. Televizní spot se dá pořídit již za nižší desítky tisíc Kč.

Sledujte vaši kampaň v TV



Postaráme se o veškeré technické záležitosti a spustíme kampaň.

Radujte se z výsledků



Zpracujeme vyhodnocení úspěšnosti kampaně.

Obchodní podmínky a ceník

V přehledu uvádíme základní ceny. Ty se následně mění v závislosti na měsíci (sezónní koeficienty) a délce spotu (stopážové koeficienty).

GRP reklama

Produkt	Televizní stanice	CS	Cena
Individuální prodej	1 stanice z atkids	4–14	13 100
Individuální prodej	1 stanice z atadults	15–59	17 600
atmax (19 TV stanic)	AMC, AXN, Cartoon Network, CS Film, CS History, CS Mystery, Disney Channel, Film+, FilmBox, JOJ Cinema, JOJ Family, Minimax, National Geographic, Rebel, Relax, Spektrum, Sport 1, Sport 2, TV Paprika	15–69	13 800
atchoice (min. 8 z 16 TV stanic)	AMC, AXN, CS Film, CS History, CS Mystery, Film+, FilmBox, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, Spektrum, Sport 1, Sport 2, TV Paprika	15–69	16 300
atadults (16 TV stanic)	AMC, AXN, CS Film, CS History, CS Mystery, Film+, FilmBox, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, Spektrum, Sport 1, Sport 2, TV Paprika	15–69	14 500
atkids (3 TV stanice)	Cartoon Network, Disney Channel, Minimax	4–14	13 000

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Cena je stanovena pro třicetisekundový spot.

Nedílnou součástí výpočtu měsíční ceny je příslušný sezónní a stopážový koeficient.

Atmedia je oprávněna doplnit prodejní balíčky atkids, atadults, atmax o měřené televizní stanice v nich neobsažené.

Individuální prodej spotové reklamy a speciálních formátů na TV stanicích

TV stanice	Spotový prodej Cena za 1 spot (30 vteřin)	Sponzoring Cena za 1 sponzorský vzkaz	Teleshopping Cena za 1 minutu	HbbTV Cena za CPT (tisíc zobrazení)
AMC	3 400	1 700		
Arena Sport	1 800	900		
AXN	3 400	1 700		
Cartoon Network	7 500	3 800		
CS Film	3 400	1 700		
CS History	1 500	800		
CS Horror	1 400	700		
CS Mystery	4 100	2 050		480
Disney Channel	7 500	3 800		
Film +	3 400	1 700	500	
FilmBox	3 400	1 700	400	
JOJ Cinema	4 100	2 200		
JOJ Family	8 200	4 500	1 900	480
Minimax	7 500	3 800		
National Geographic	2 600	1 300		
REBEL	3 200	1 500		480
REBEL 2 Slušnej kanál	1 500	800		480
RELAX	4 100	2 000		480
Spektrum	2 600	1 300		
Sport 1	2 600	1 300	400	
Sport 2	2 600	1 300	400	
TV Brno 1	1 500	800		
TV Osem	1 800	900		
TV Paprika	2 600	1 300	400	
V1	1 500	800		

Koeficienty k cenám za reklamu

Sezónní koeficienty

leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec
0,80	0,95	1,30	1,40	1,40	1,40	0,80
srpen	září	říjen	listopad	prosinec do 22. 12.	prosinec od 23. 12.	
0,90	1,40	1,45	1,45	1,35	0,80	

Stopážové koeficienty

10 sec	15 sec	20 sec	25 sec	30 sec	35 sec	40 sec
0,50	0,77	0,90	1,00	1,00	1,25	1,45
45 sec	50 sec	55 sec	60 sec			
1,60	1,75	1,90	2,00			

Tandemové spoty

V případě využití tzv. tandemových spotů bude aplikován koeficient rovnající se součtu koeficientů příslušných délek spotu, jež budou použity (např.: 30 sec + 10 sec: 1,00 + 0,50 = 1,50).

Cena za minipořady, product placement a Formulí 1 jsou individuální. Kontaktujte naše obchodní oddělení, rádi vám připravíme cenovou nabídku.

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Nedílnou součástí výpočtu měsíční ceny je příslušný sezónní a stopážový koeficient.

Obchodní podmínky a ceník

Příplatky, slevy, další podmínky pro booking

Příplatky

- > Za vyžádanou pozici: **10 %**
- > Za druhý a další produkt ve spotu (do 20 % spotu): **5 %**
- > Jednorázový poplatek ve výši **1 500 Kč** na každé kampani v případě, že klient vyžaduje:
 - > časový odstup/časové omezení mezi jednotlivými spoty
 - > plánování spotů ke konkrétním pořadům
 - > přesné pořadí v reklamních blocích
 - > společné plánování různých produktů jednoho klienta do stejných bloků
 - > požadované rozložení GRP v kampani v rámci daného balíčku

Slevy

- > Za včasný podpis kontraktu do 14. 12. 2019: **10% sleva**
- > Za investice do OMK
 - > do výše 10 % z kontraktu: **3% sleva**
 - > do výše 20 % z kontraktu: **8% sleva**
 - > do výše 30 % z kontraktu: **13% sleva**
 - > u přesné specifikace rozdělení OMK: **+ 2% sleva**
- > Nový klient po dobu 1 roku: **15% sleva**

Podmínky pro booking krátkých kampaní

- > objednávka na období 1–4 dny bude považována za řádně splněnou po odvysílání vysílacího plánu a její cena bude vypočtena na základě skutečně obdržených GRP
- > Objednávka do výše 10 GRP bude fakturována na realitu, a to do maximální výše 110 % objednávky

Kontakt na obchodníky



Pavel Vávra

Account Manager

pavel.vavra@atmedia.cz
+420 222 998 720
+420 606 095 937

Robert Martiška

Sales Director

robert.martiska@atmedia.cz
+420 222 998 721
+420 725 054 395

04. PŘEDSTAVENÍ PORTFOLIA



MĚŘENÉ TV STANICE

19 měřených tematických TV stanic od filmových a seriálových přes dokumentární, sportovní po life-style, hudební a dětské.

TV stanice jsou zahrnuty v obchodních balíčcích atmax, atadults, atchoice nebo atkids.





měřená



placená



ČR / SK

filmová /
seriálová

Živí mrtví: Počátek konce

AMC je jednou z nejpobulárnějších filmových a seriálových televizních stanic. Svým divákům přináší řadu kultovních filmů, největší hollywoodské hvězdy i oscarové filmy. Především mladším divákům jsou určeny světově populární seriály z vlastní produkce, jakými jsou například Breaking Bad, Fear the Walking Dead nebo The Terror.

Stanice osloví549 000 diváků ve věku 15–69 /
měsíc**Typický divák**Muž 35–64 let
komerční afinita 169 % (k CS 15–69)

měřená



placená



ČR

filmová /
seriálová

Nezvěstná

AXN je akční televizní kanál, který jako první přináší premiérové řady oblíbených hollywoodských seriálů, exkluzivní kriminálky a dramata, dobrodružné a akční filmy. Námořní vyšetřovací služba, Profil zločinu nebo Jak prosté – to jsou nejsledovanější pořady na AXN. Mezi další oblíbené seriály patří například Team Seal, S.W.A.T., Cestovatelé časem, Carter, Havaj 5–0, Cizinka, Bez hranic nebo Hannibal. Pro své fanoušky připravuje AXN neustále nové premiéry seriálů. Mezi nejnovější patří například Research Unit nebo Trigger.

Stanice osloví248 000 diváků ve věku 15–69 /
měsíc**Typický divák**Žena 35–59 let
komerční afinita 185 % (k CS 15–69)

měřená



placená



ČR



dětská



Mezi námi medvědy

Dětský kanál Cartoon Network přináší ty nejlepší zábavné a dobrodružné seriály, je protkán univerzálním humorem a zábavou, propaguje hodnotu přátelství a podporuje představivost svého hlavního publika – chlapců a dívek mezi 6 až 12 lety. Kanál se pyšní řadou známých animovaných seriálů a oblíbených postav, které znají děti po celém světě. Mezi trháky patří Gumballův úžasný svět, Čas na dobrodružství, Normálka, Clarence, Steven Universe a Strejda děda. V roce 2020 čeká nejmladší diváky premiéra nového seriálu The Fungies!, třetí řada seriálu Craig od potoka nebo druhá řada seriálu Victor a Valentino.

Stanice osloví24 000 diváků ve věku 4–14
/ měsíc**Typický divák**Chlapec 6–12
komerční afinita 189 % (k CS 15–69)



měřená



placená



ČR



filmová



Z pekla štěstí

CS film nabízí divákům každý měsíc 180 českých a slovenských filmů pro celou rodinu. Pro náročné diváky jsou určena filmová díla od zrodu naší kinematografie po současnost. CS Film přináší divákům filmové komedie a veselohry, součástí programové nabídky je také kriminální, válečný a detektivní žánr. V roce 2020 nabídne filmy jako Snowboardáci, Kluci z hor, Z pekla štěstí, trilogii Bastardi i klasiky jako Pan Tau, Obchod na korze či Skalpel, prosím. Součástí programu CS Film jsou i největší hity dětské české a slovenské animované i hrané tvorby věnované dětem od 3 do 12 let (původně vysílané v rámci CS mini).

Stanice osloví

596 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákDospělý 45–69 let
komerční afinita 167 % (k CS 15–69)

měřená



placená



ČR



dokumentární



Po stopách války

CS History (bývalá WAR svět válek) je tematická televize, která nepřináší pouze pořady s vojenskou a konspirační tematikou, ale také historické pořady věnované širší škále témat. V programové nabídce najdou diváci dokumenty z celého světa, relace o historických bitvách i o moderních postupech vedení války, seriály o špionáži, terorismu a hrozbách z vesmíru a také pořady o české a slovenské armádě. Diváci se v roce 2020 mohou těšit na sérii Záhady na bitevním poli, Great War Tour, Hrdinové nebes, War of the Worlds.

Stanice osloví

177 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákMuž 35–59 let
komerční afinita 269 % (k CS 15–69)

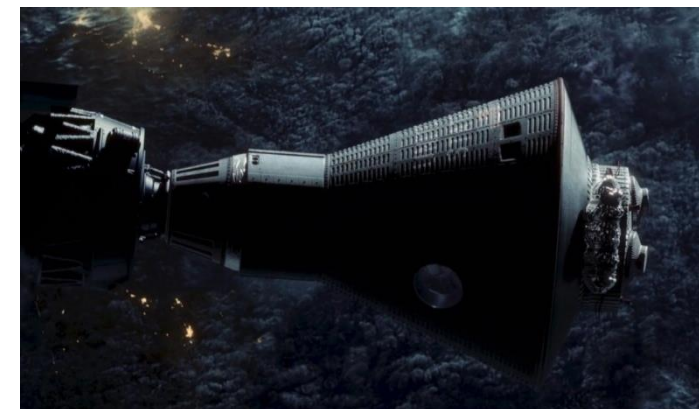
měřená

volně
šířená

ČR



dokumentární



Záhady vesmíru

CS Mystery (bývalý Kinosvět), to je svět záhad a paranormálních jevů, svět válek i zločinů, ale i konspirací a alternativní historie. Cestování světem i vesmírem, objevování nečekaných, ale o to zajímavějších událostí, příběhů a skrytých tajemství. CS Mystery je unikátní v důrazu, který klade na původní českou a slovenskou tvorbu. Diváci se v roce 2020 mohou těšit na nové sezony pořadů Případy FBI, Záhady živočišné říše či novinky Hollywood Homicide, Shocking Truth a Mysteries of Space.

Stanice osloví

725 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákDospělý 35–59 let
komerční afinita 120 % (k CS 15–69)



měřená



placená



ČR



dětská



Dalmatinská 101

Světově známá stanice Disney Channel přináší pravidelně malým i větším divákům nové animované i hrané filmy a pohádky v češtině. Mezi nejoblíbenější seriály nejmenších diváků patří Kouzelná Beruška a Černý kocour, Phineas a Ferb, Na vlásku nebo Star Wars: Dobrodružství Freemakeřů. Seriály jako Jessie, U Raven doma nebo Hannah Montana si našly své příznivce především mezi dívkami nad 10 let. V roce 2020 překvapí diváky premiéry nových seriálů jako například Amphibia, Sydney to the Max nebo Just Roll With It.

Stanice osloví

87 000 diváků ve věku 4–14 / měsíc

Typický divákDívka 10–12 let
komerční afinita 299 % (k CS 4–14)

film



měřená



placená



ČR / SK



filmová



Detektiv z Hongkongu

Kultovní snímky s nejslavnějšími herci Hollywoodu, slavné filmy z celého světa od proslulých režisérů i klubovky pro milovníky artových a starých filmů. To vše naleznou diváci na stanici Film+.

Stanice osloví

583 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákMuž 35–59 let
komerční afinita 166 % (k CS 15–69)

FILMBOX



měřená



placená



ČR



filmová



Terminál

Stovky premiér ročně i osvědčené klasiky, velké akční filmy i nezávislé evropské snímky. To je žánrově pestrý filmový kanál FilmBox, u kterého diváci zažívají akční podívanou či sledují komedie, dramata a seriály s hvězdným obsazením. V roce 2020 se mohou diváci těšit na řadu filmových novinek jako například Greta (2018), Motýlek (2017), The Beach Bum (2019), Ničitelka (2018) nebo Stíny války (2018).

Stanice osloví

742 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákDospělý 35–69 let
komerční afinita 129 % (k CS 15–69)

JOJ CINEMA



měřená



placená



ČR



filmová



Dámský klub

JOJ Cinema je filmová stanice, která je určena nejen pro filmové fanoušky, ale pro celé rodiny. Po celý rok nabízí ty nejnovější kinohity, exkluzivní česko-slovenské televizní premiéry a globálně nejúspěšnější filmové tituly všech žánrů. Diváci se v roce 2020 mohou těšit na nejnovější filmy jako například drama Kolo zákraků (2017) s Justinem Timberlakem v hlavní roli, komedii Dámský klub (2018) s Diane Keaton a Jane Fonda, romantické drama Půlnoční láska (2018) či historické drama Kursk (2018).

Stanice osloví

667 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divák

Dospělý 25–54 let
komerční afinita 104 % (k CS 15–69)

family



měřená

volně
šířená

ČR



rodinná



V sedmém nebi

JOJ Family je multižánrová rodinná televize, která nabízí to nejlepší z původní programové nabídky mateřské televize JOJ. V roce 2020 nebudou chybět „Česko-slovenské seriálové legendy“ v rámci pravidelného programového okna – například seriály Chlapci a chlapi, Rodáci, Třetí patro či 30 případů majora Zemana. JOJ Family nabízí svým divákům i oblíbené německé seriály jako Klaun, Medicopter 117 nebo Dr. Stefan Frank. Z původní slovenské tvorby vysílá například populární rodinný komediální seriál Prázdniny, ale i mimořádně oblíbený pořad V sedmém nebi či oblíbené seriály Soudní síň, Poldové v akci a Záchranáři v akci.

Stanice osloví

1 841 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divák

Žena 25–59 let
komerční afinita 106 % (k CS 15–69)

měřená



placená



ČR / SK



dětská



Promo foto TV stanice

Dětský kanál Minimax nabízí ty nejlepší animované i hrané pořady pro nejmenší diváky. Seriály z dílny studia Dreamworks jako Dobrodružství Kocoura v botách, Sláva králi Jelimánovi, zamilované filmy s nejoblíbenější panenkou na světě Barbie nebo úžasné příběhy čtyřnohých kamarádů z My Little Pony – to vše naleznou děti jen na stanici Minimax.

Stanice osloví

106 000 diváků ve věku 4–14 / měsíc

Typický divák

Dívka 4–9 let
komerční afinita 246 % (k CS 4–14)



měřená



placená



ČR



dokumentární



Promo foto TV stanice

National Geographic je oblíbenou dokumentární stanicí. Její diváci sledují dokumentární pořady, v nichž odhalují taje přírody, historie, vědy. Poznávají možnosti techniky a technologií. Mezi nejoblíbenější pořady patří Vědecky prověřeno, Letecké katastrofy nebo Nacistické megastavby. Světového uznání se dostalo sériím Mars nebo Génus.

Stanice osloví

250 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákMuž 25–59 let
komerční afinita 181 % (k CS 15–69)

měřená

volně
šířená

ČR



hudební



Czech paráda

REBEL je pravá rocková televize zaměřená na kytarovou muziku ve všech jejích žánrových podobách. Jediná rocková televize v ČR! Vysílá hudební klipy rockových klasiků i současných hvězd a pro diváky chystá také tematické pořady. To nejlepší z domácí scény přináší pořad CzechBlade, českým hitparádám je určen pořad CzechParáda, v pondělí oslovuje především mladší diváky tematický blok YoungBlood. REBEL přináší svým divákům pravidelné novinky, v roce 2020 zaujme například pořadem Sabaton History.

Stanice osloví

339 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákMuž 35–59 let
komerční afinita 190 % (k CS 15–69)

měřená

volně
šířená

ČR



life-style



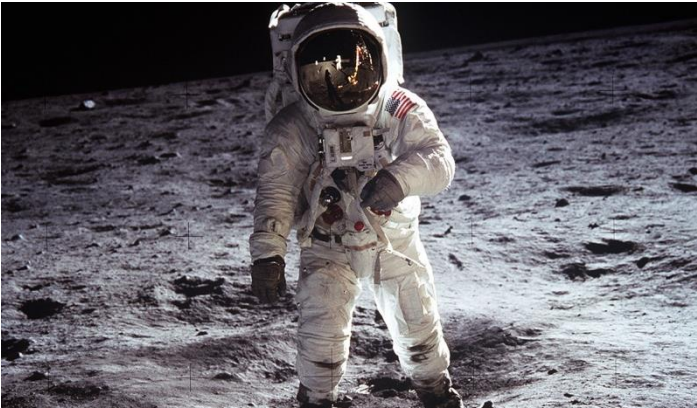
Pralinky

RELAX – to je pohodová televize. Diváci si mohou odpočinout od každodenních starostí a užít si oblíbené seriály a báječné pořady. Od legendární Esmeraldy přes Nespoutaného anděla až po sestřičku Stefanie. Především ženy osloví Pralinky, dámský lifestyleový pořad s energickou moderátorkou Sandrou Pogodovou, nebo pořad Paní domu, magazín pro všechny ženy, které se nebojí vzít do ruky kladívko a šroubovák. Pro fanoušky detektivních a dobrodružných seriálů jsou v roce 2020 připraveny seriály Námořní hlídka, Vražedné pobřeží nebo Síla lásky.

Stanice osloví

500 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc

Typický divákŽena 25–59 let
komerční afinita 163 % (k CS 15–69)



Program Apollo

Televize Spektrum vysílá kvalitní dokumentární a vzdělávací pořady sloužící k lepšímu poznání světa. V bohaté nabídce si své najde každý divák – zahrnuje vše od přírodopisných sérií, historických dokumentů až po populárně naučné pořady o současném světě. K nejoblíbenějším pořadům patří Tajemný svět odhalující tajemství naší planety, Fantastické inženýrství věnovaný výdobytům současné techniky nebo Ohromující mosty, který líčí historii nejúžasnějších mostů světa.

Stanice osloví	269 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
Typický divák	Muž 35–59 let komerční afinita 176 % (k CS 15–69)



CHL (Kanadská hokejová liga)

Ten nejlepší reprezentační fotbal v Lize národů a kvalifikacích na mistrovství Evropy i světa, tréninky a kvalifikace Formule 1 i duely hokejových soutěží KHL a CHL naleznou diváci právě na stanici Sport 1. Stejně jako spoustu dalších atraktivních přenosů.

Stanice osloví	304 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
Typický divák	Muž 25–59 let komerční afinita 160 % (k CS 15–69)



Formule 1

Závody Formule 1, liga amerického fotbalu NFL, která každoročně vrcholí tradičním Super Bowlem, a nejlepší hokejisté hrající na starém kontinentu v CHL a KHL. To vše a mnohem víc naleznou diváci exkluzivně na stanici Sport 2.

Stanice osloví	277 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
Typický divák	Muž 25–59 let komerční afinita 152 % (k CS 15–69)

tv paprika



měřená



placená



ČR / SK



life-style



Pepeho zdravá kuchyně

Televizní stanice TV Paprika nabízí ty nejlepší pořady o vaření, ve kterých předvádí své umění největší hvězdy světové kuchyně. Gordon Ramsay, Nigella Lawson nebo Jamie Oliver... ti všichni vaří na TV Paprika. Stanice přináší tajemství tvorby různých národních specialit z mnoha zemí světa až k vám domů. Mezi nejsledovanější pořady patří Jamieho rychlá a snadná kuchyně, Recepty pro radost od našich babiček nebo Markéta na trhu.

Stanice osloví	105 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
Typický divák	Žena 35–69 let komerční afinita 157 % (k CS 15–69)

NEMĚŘENÉ TV STANICE

6 neměřených TV stanic od regionálních přes sportovní po hudební.



**arena
sport**

Arena Sport se zaměřuje na exkluzivní přímé přenosy a záznamy sportů – turnaje basketbalu, volejbalu, házené, zápasy fotbalové a hokejové ligy, florbalu či hokejbalu. Sportovní fandové sledují například cyklistický závod Tour de Suisse, mezinárodní hokejové turnaje i utkání WTA.



CS Horror (bývalý Horor film) je jediná stanice ve střední Evropě, která se specializuje na vysílání děsivých filmů a pořadů. Je určena pro diváky, kteří se rádi bojí, a noční sovy. Její vysílání začíná o půlnoci a končí za kuropění o šesté ranní.



REBEL 2 Slušnej kanál je hudební televize hrající rockovou muziku s přesahy k popu, punku i metalu. Muzika nového milénia následující trendy a životní styl generace Z – to je důvod, proč REBEL 2 vyhledávají především mladší diváci. Mezi jejich oblíbené pořady patří televizní magazín Fakker!Show o metalových novinkách s Petrem Adámkem nebo Rockshow Doktora Ozborna s tím nejlepším z rockové scény.

TV BRNO 1

Jihomoravská regionální televize TV BRNO 1 vysílá pro Brno a okolí 24 hodin denně zpravodajství a publicistiku z regionu, věnuje se komunální problematice, kultuře, společenskému a sportovnímu dění v regionu.

**televízia
osem** HD

TV Osem přináší zcela nový rozměr sledování televize. Plně interaktivní televize umožňuje divákům měnit obsah jednotlivých vysílacích bloků, a to prostřednictvím sms zpráv nebo zavolání. Divákům přináší kvalitní program se zaměřením na ezoteriku, zdraví, zábavu i radost ze života.

V

V1 přináší divákům v Královéhradeckém a Pardubickém kraji regionální zpravodajství, publicistiku, dokumentární a zábavné pořady. Pořad Na cestách Pardubickým krajem představuje zajímavá místa a krásy Pardubického kraje, Kulturní směry patří k oblíbeným pořadům o kultuře a své diváky si našel i pořad Eduka s krátkými vzdělávacími dokumenty.



Pavel Vávra

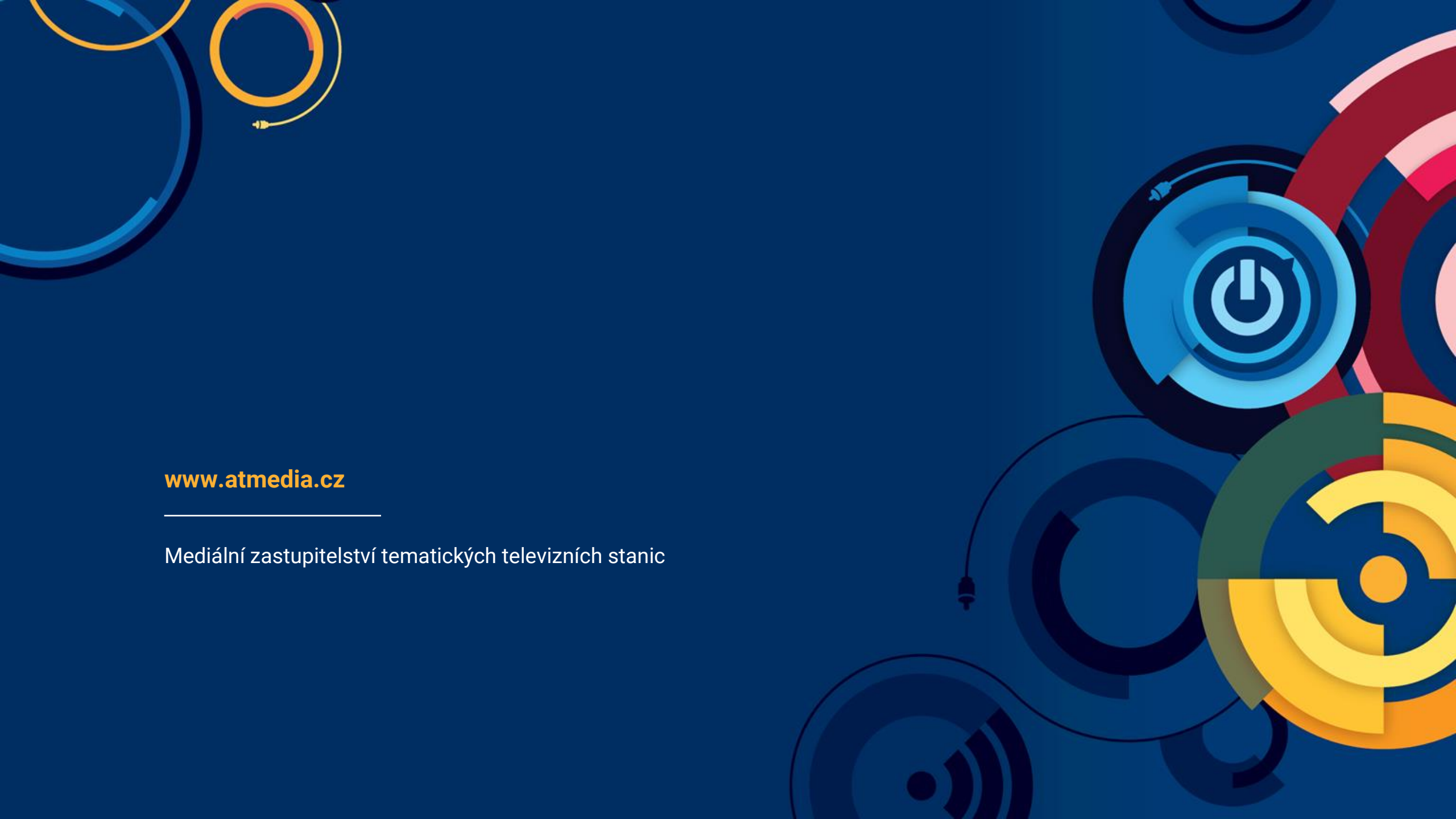
Account Manager

pavel.vavra@atmedia.cz
+420 222 998 720
+420 606 095 937

Robert Martiška

Sales Director

robert.martiska@atmedia.cz
+420 222 998 721
+420 725 054 395



www.atmedia.cz

Mediální zastupitelství tematických televizních stanic