



atmedia[®]

OBCHODNÍ NABÍDKA
2022

Široké portfolio
diváků a cílových
skupin

28
tematických
televizních
stanic

6 mil.
diváků měsíčně

**4 výhodné
obchodní balíčky**

**Detailní znalost
spotřebního chování
TV diváků**

Nabídka
sponzoringu
světových
sportovních
událostí

**Pravidelný
informační servis
o českém TV trhu**

Sledujeme televizní trendy v Česku i ve světě a rádi o nich píšeme

Jako odborníci na televizní trh pravidelně publikujeme vlastní obsah, ve kterém se věnujeme aktuálním trendům ze světa televize u nás i v zahraničí. Ať už se jedná o pravidelná čísla týdně, infografiky nebo zajímavé články z prostředí televize. To vše najdete na našich komunikačních kanálech.



Atmedia Czech s.r.o.



@atmediaczech



www.atmedia.cz/atblog

Čísla týdně

- > Každý týden pro vás máme jedno číslo z českého nebo evropského televizního trhu, které by vám nemělo uniknout.

Infografiky, ve kterých se neztratíte

- > Přinášíme vám aktuální trendy a informace ze světa televize v jednoduché a srozumitelné formě.

Články a komentáře

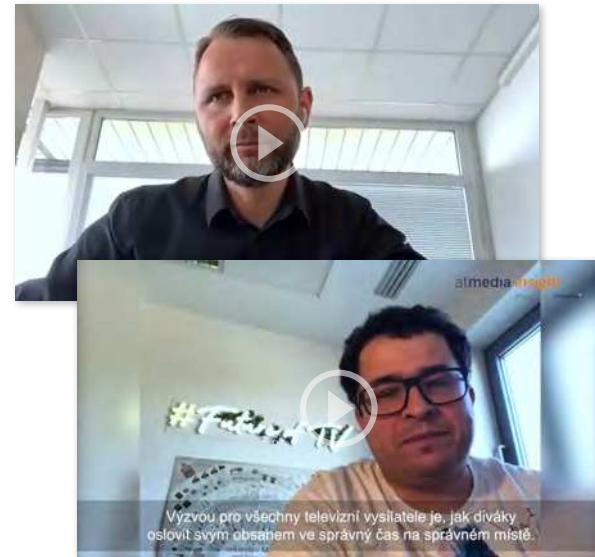
- > Pravidelně komentujeme televizní cvrkot, o kterém si přečtete vždy na našem atblogu nebo v médiích.



Přinášíme rozhovory s odborníky na média a TV trh

Projekt atmedia insight: expert talks nabízí zajímavé rozhovory s odborníky na mediální a televizní trh. S našimi hosty diskutujeme o nových trendech ve sledování televize, budoucnosti lineární televize, nebo rozdílech mezi českým TV trhem a dalšími trhy napříč Evropou. Věnujeme se také vývoji investic nebo novinkám televizních skupin.

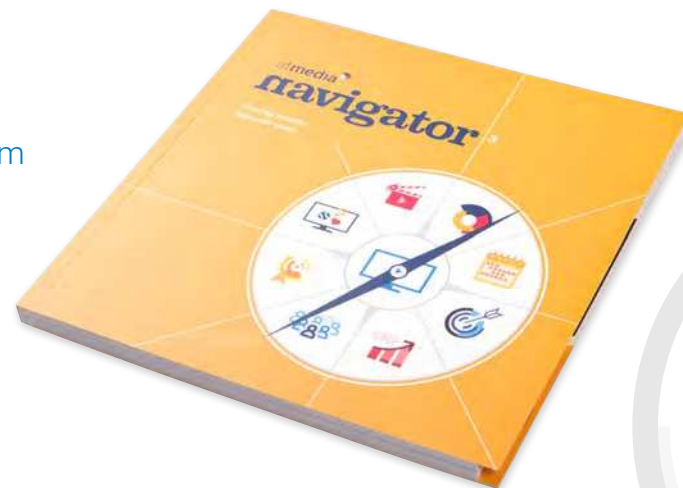
atmedia insight
powered by **atmedia** 



Jako jediní vydáváme průvodce českým televizním trhem

Atmedia Navigator je již třetím vydáním průvodce, který vám pomůže zorientovat se v prostředí televize.

Jako jediní na trhu přicházíme s komplexní publikací o českém televizním trhu a diváckém chování, který jednoduše vysvětlí všechna důležitá zákoutí a obchodní specifika českého televizního prostředí.



Atmedia obchodní nabídka 2022

Nabízíme řešení pro každou marketingovou výzvu	6
Proč se vyplatí inzerovat v televizi	8
Proč inzerovat na tematických televizních stanicích Atmedia	14
01. Přehled produktů	20
Jak můžete inzerovat na TV stanicích Atmedia	22
Obchodní balíčky	24
Balíček stanic atmax	26
Balíček stanic atchoice	28
Balíček stanic atadults	30
Balíček stanic atkids	32
Neměřené televizní stanice	34
Speciální formáty inzerce	36
Exkluzivní partnerství sportovních událostí	38
Sponzoring a product placement	42
Minipořady a teleshopping	44
02. Portfolio TV stanic	46
Vlastnosti TV stanic Atmedia	48
Přehled reklamního portfolia TV stanic	50
Kontakt na obchodníky	



FILMY



DOKUMENTY



SPORT



**DĚTSKÉ
POŘADY**




SERIÁLY



HUDBA



LIFESTYLE



*Průlet stanicemi Atmedia
v jedné minutě. Pusťte si
video a nalad'te se na to,
co si může naladit vaše
cílovka.*

Kvalitní obsah láká
dobrou společnost.
Diváků i inzerentů

Tematické stanice zastupované Atmedia mají ve světě
zvučné jméno a jejich prvotřídní obsah vyhledávají bonitní
divácké skupiny. Stačí minuta, abyste zjistili proč.





Žhavé novinky od dubna 2022

Naše portfolio posílila od začátku dubna zbrusu nová televizní stanice **FilmBox Stars**

Nabídka Atmedia se tak rozrostla o další atraktivní diváky v cílové skupině ve věku 35–54 let.

TV stanice FilmBox Stars je zařazena do měření sledovanosti a rozšíří naše obchodní balíčky atmax, atadults a atchoice.

FILMBOX
STARS



měřená



placená



ČR



filmová /
seriálová



Železná Lady

FilmBox Stars je televizní stanice, která se zaměřuje především na **ženské publikum**, ale jistě osloví všechny **filmové a seriálové fandy**. Kromě **hollywoodských hitů** a populárních blockbusterů s předními celebritami, které FilmBox Stars již vysílá, bude rozšířený program obohacen o další **romantické komedie**, dramata, seriály, thrillery a životopisné i **rodinné filmy**. Kromě toho nabídne i **českou tvorbu**. Diváci se tak mohou těšit například na film *Dámský klub*, českou komedii *Divoké včely*, komedii *Rande na dvě noci* nebo film *Železná lady*. Ty nejjasnější herecké hvězdy září na FilmBox Stars.

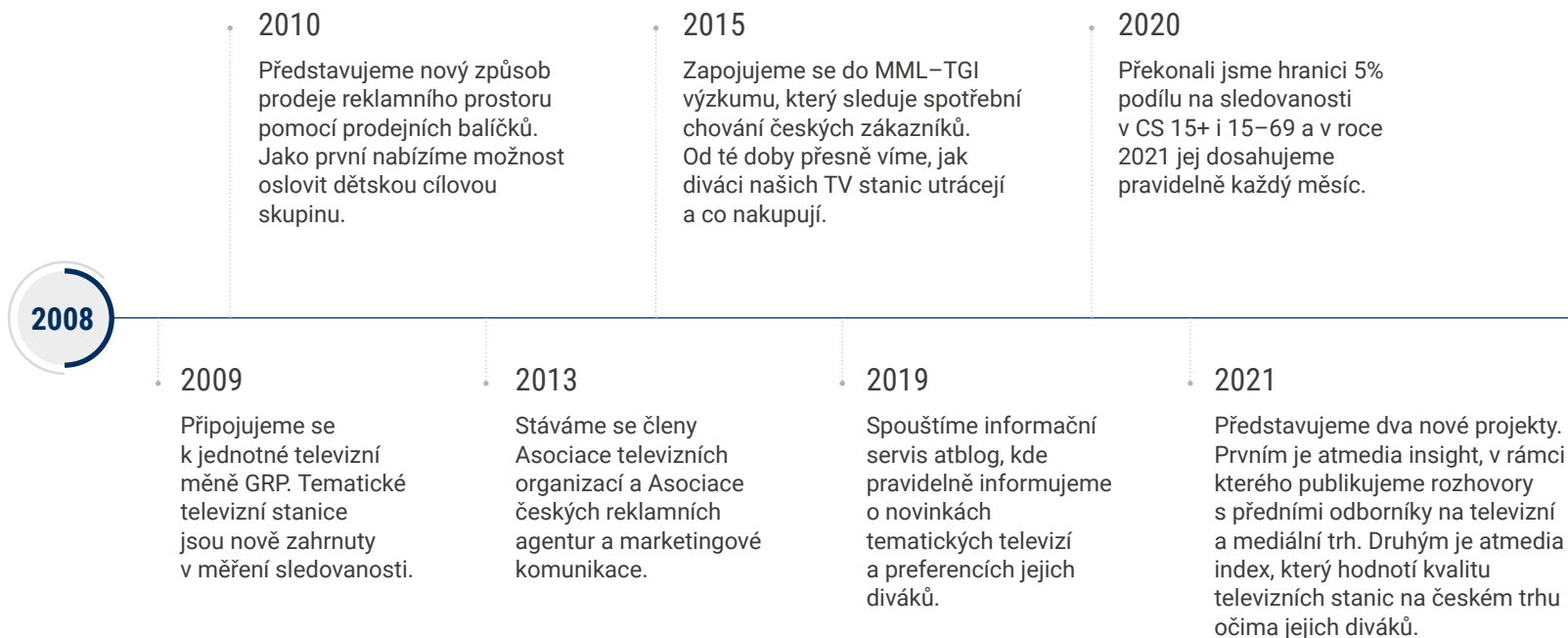
Typický divák

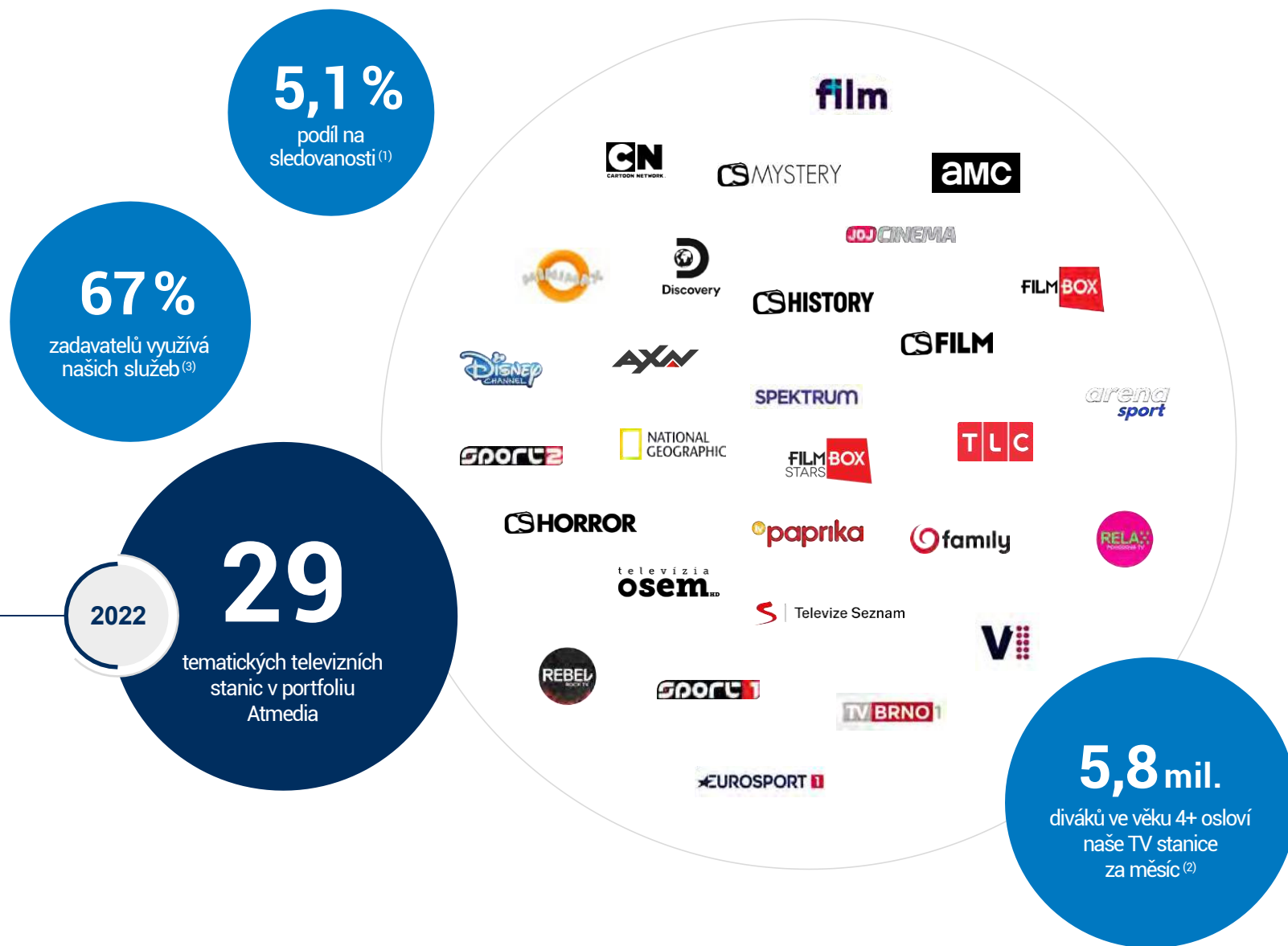
Žena 35–54 let



Prodáváme reklamní prostor na tematických televizních stanicích.

Na českém trhu působíme již od roku 2008 a neustále hledáme nové cesty, jak co nejefektivněji oslovit vaše zákazníky.





⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Share, CS 15–69, Atmedia + AMC Networks + Seznam.cz TV

⁽²⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, Atmedia + AMC Networks + Seznam.cz TV

⁽³⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, zadavatel, očištěná data

Nabízíme řešení pro každou marketingovou výzvu

Reklamní prostor na tematických televizních kanálech vám pomůže namíchat úspěšný marketingový mix. Představuje efektivní volbu pro širokou škálu situací.



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, zaujmout jejich pozornost na tak dlouhou dobu, ani vrýt se tolik do paměti diváka. Cílení TV reklamy se navíc neustále zdokonaluje a při správné kombinaci sdělení a jeho načasování dosahuje TV reklama výrazně vyšší efektivity než jiné typy médií. S TV reklamou dosáhnete okamžitého prodejního efektu a je mocným nástrojem budování značky v dlouhodobém časovém horizontu.

**Vysoká
pozornost
diváků**

- > Reklamní sdělení na celé obrazové ploše i se zvukem

**Největší zásah
potenciálních
zákazníků**

- > Okamžitý nárůst tržeb s dlouhotrvajícím efektem
- > Zvýšení návštěvnosti e-shopů a aplikací

**Nejefektivnější
nástroj pro
dlouhodobé
budování značky**

- > Vysoká návratnost investic (ROI)
- > Bezpečné (regulované) prostředí pro značky
- > Nezávislé měření a GRP jako jednotná televizní měna

Několik (z mnoha) důkazů efektivity televizní reklamy

1.

Televize má největší zásah ze všech médií ⁽¹⁾



95%

měsíční zásah
televizní populace 15+

89%

týdenní zásah
televizní populace 15+

73%

denní zásah
televizní populace 15+

⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO-3, 01-08/2021, Reach, CS 15+

2.

U televize tráví lidé ze všech typů médií nejvíce času ⁽¹⁾



Mladá generace televizi sleduje také, mnohem více ještě po založení rodiny. ⁽²⁾



0 h. 59 min.

CS 15–24



2 h. 15 min.

CS 25–34

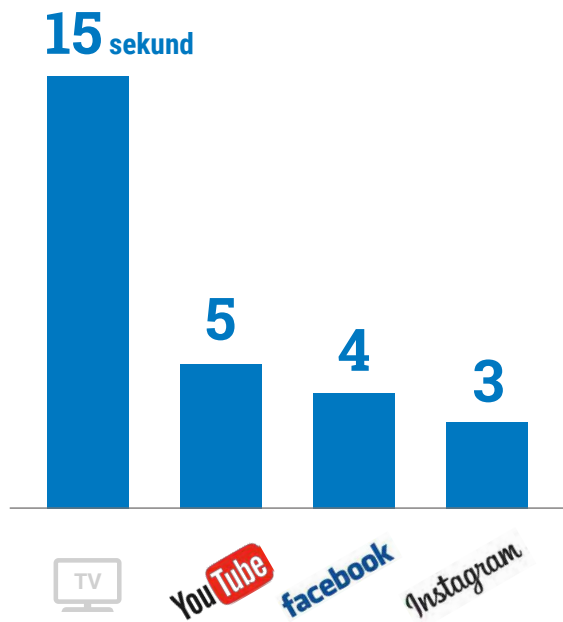


2 h. 43 min.

CS 25–34 s dětmi

3.

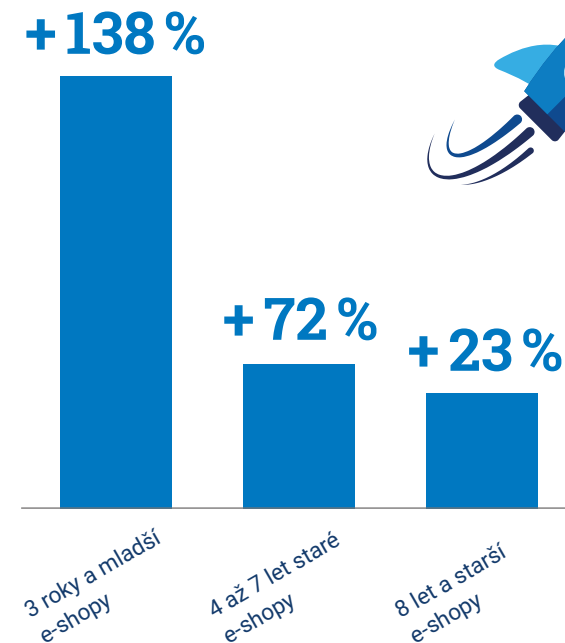
Televizní reklamě věnují diváci mnohonásobně delší pozornost v porovnání s digitálními formáty ⁽³⁾



4.

Televizní reklama přináší tzv. haló efekt

Během televizní reklamy se návštěvnost e-shopů zvyšuje až o 138 % ⁽⁴⁾



⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0-3, 01-08/2021, ATS / den, CS 15+

⁽²⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0-3, 01-08/2021, ATS / den

⁽³⁾ Amplified Intelligence, Not All Reach Is Equal, 2020, region DACH (Německo, Rakousko, Švýcarsko)

⁽⁴⁾ VAB, The Halo Effect: TV as a Growth Engine, 2020, region USA

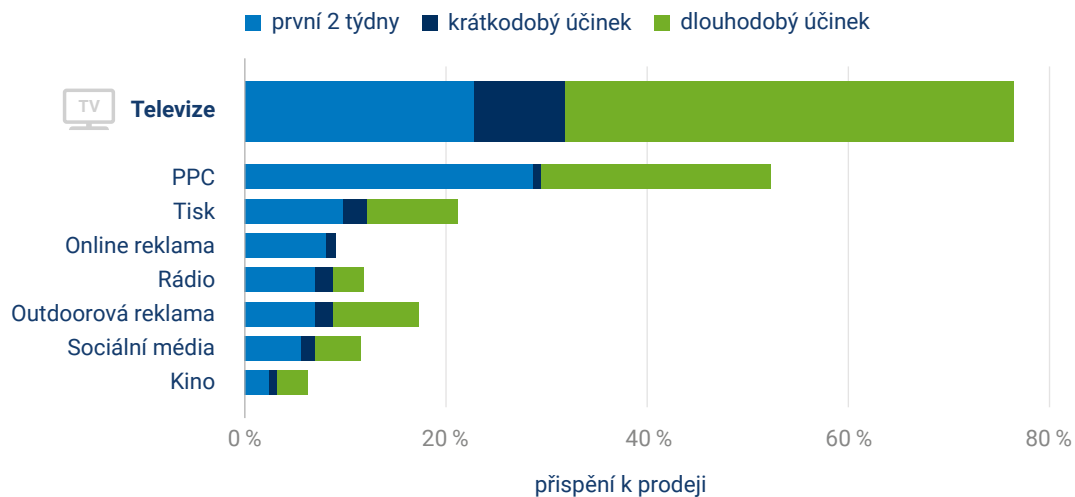
5.

TV reklamu si lidé pamatují nejdéle ⁽¹⁾



6.

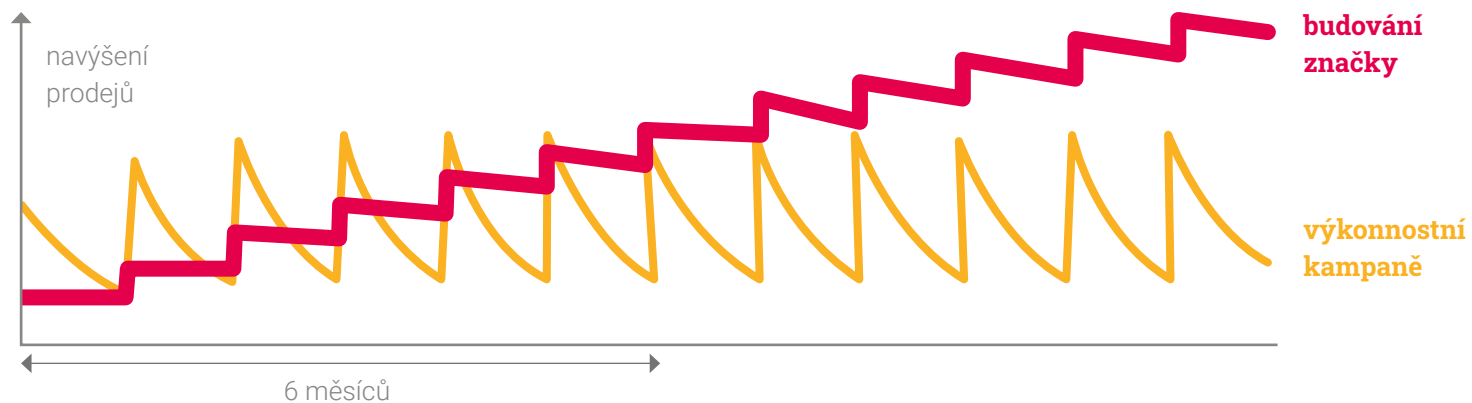
Televizní reklama má nejvyšší návratnost investic (ROI) ⁽²⁾



7.

Využívání TV reklamy je nejefektivnější cestou pro dlouhodobé budování značky

U televizní reklamy dobře funguje synergický efekt výkonnostních a brandových kampaní. ⁽³⁾



*Znáte zlaté pravidlo 60:40?
60% reklamních investic by mělo
směřovat na dlouhodobé budování značky,
40% na výkonnostní kampaně.*

⁽¹⁾ Amplified Intelligence, Not All Reach Is Equal, 2017

⁽²⁾ Thinkbox/Mediacom/Wavemaker/Gain Theory, Demand generator, 2019

⁽³⁾ Les Binet, Peter Field, Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era, IPA, 2017

Proč inzerovat na tematických televizních stanicích Atmedia

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

Přesnější cílení & flexibilita nasazení kampaně

- > **Jedinečné varianty cílení v rámci českého trhu**
- > **Možnost výběru času, dne či konkrétních stanic pro nasazení reklamy**
- > **Možnost flexibilně reagovat na průběh kampaně**

Bonitnější, majetnější & náročnější diváci

- > **Diváci tematických stanic si často neváhají připlatit za zajímavější program**
- > **Více sledují aktuální trendy**
- > **Více utrácejí za různé produkty a služby**

Kvalitní televizní obsah

- > **Spojení vaší značky s kvalitní televizní tvorbou ze světa i domova**
- > **Možnost exkluzivního partnerství světových sportovních událostí**

Důkazy efektivity TV reklamy na tematických stanicích Atmedia

1.

Tematické TV stanice sleduje velká část českých diváků

Měsíčně osloví tematické TV stanice
Atmedia téměř 60 % české televizní
populace. ⁽¹⁾



⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO-3, 01-08/2021, Reach 000, Reach, CS 4+, Atmedia + AMC Networks + Seznam.cz TV

2.

Široké portfolio diváků a cílových skupin

Kombinací TV stanic umíme oslovit atraktivní cílové skupiny diváků.



Muži

35–54 let ⁽³⁾

- > s vysokými příjmy (soc. AB)
- > z větších měst (> 20 000 obyv.)



Ženy

35–44 let ⁽⁴⁾

- > s vysokými příjmy (soc. AB)
- > z větších měst (> 20 000 obyv.)



Diváci

25–54 let ⁽¹⁾

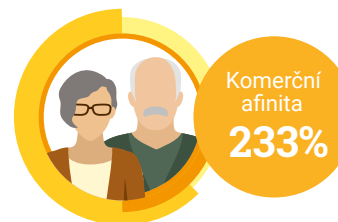
- > s vysokými až průměrnými příjmy (soc. ABC)
- > z větších měst (> 20 000 obyv.)



Ženy

45–59 let ⁽⁵⁾

- > s vysokými příjmy (soc. AB)
- > z větších měst (> 20 000 obyv.)



Diváci

50–69 let ⁽²⁾

- > s vysokými příjmy (soc. AB)
- > z větších měst (> 20 000 obyv.)



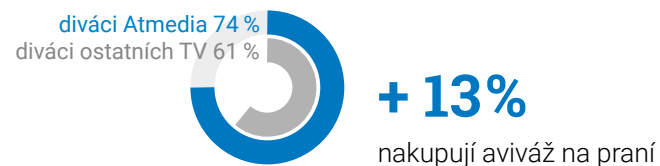
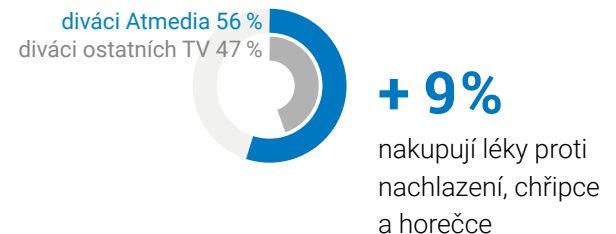
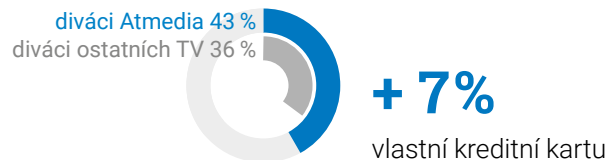
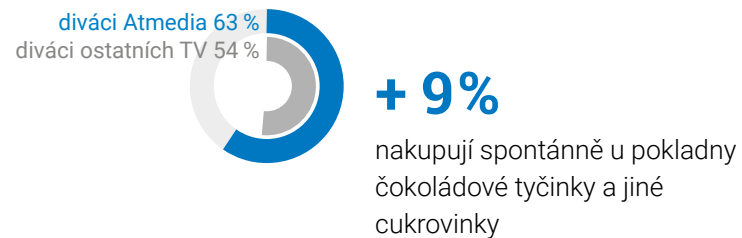
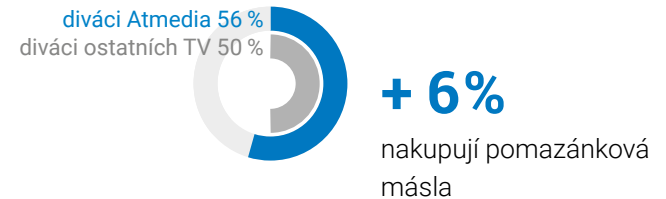
Děti

4–14 let ⁽⁶⁾

3.

Známe spotřební chování našich diváků do nejmenšího detailu

A víme, jak toho zadavatelé reklamy mohou efektivně využít. ⁽⁷⁾



⁽¹⁻⁵⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO-3, 01-08/2021, TRP 30s bloku, k CS 15-69, prodejní balíček atchoice (výběr 9 TV stanic)

⁽⁶⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO-3, 01-08/2021, TRP 30s bloku, k CS 15-69, prodejní balíček atkids (3 TV stanice)

⁽⁷⁾ MML-TGI ČR, 1. a 2. čtvrtletí 2021, Atmedia

4.

Vaše reklama se objeví vedle kvalitní televizní tvorby

Hollywoodské filmy, světově populární seriály, dokumentární pořady o přírodě i vesmíru, animované dětské pořady, vrcholné sportovní události i life-stylové pořady se světovými celebritami. To a mnohem více na tematických stanicích Atmedia.



Kouzelná Beruška
a Černý kocour



Dobry doktor



Coco Chanel



Formule 1



Pepiho zdravá
kuchyně





5.

Výborný poměr cena–výkon

Kampaně na tematických TV jsou v mnoha případech nákladově efektivnější než kampaně online. Na rozjezd kampaně navíc už dávno nejsou třeba statisíce.

Atmedia case study: online vs. tematické TV stanice

Takto vypadaly výsledky naší vlastní kampaně z června 2018 na jednom z velkých online portálů v porovnání s výsledky reklamy na našich tematických TV.

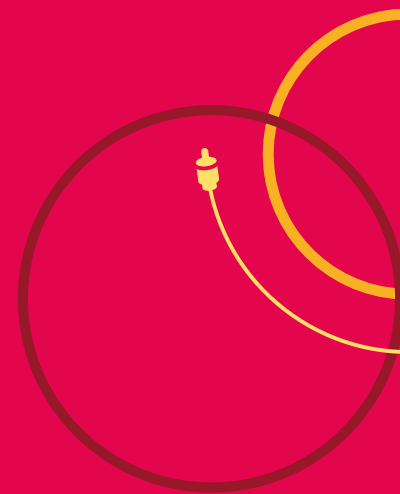
	 TV reklama	vs.	 Online reklama
Cílová skupina	CS 4+		CS 4+
Formát inzerce	TV spot		Branding webu
Investice včetně kreativy	250 000 Kč		221 000 Kč
Výsledky			
Počet zobrazení	3,6 mil.		0,6 mil.
Zásah unikátních diváků / návštěvníků	1,289 mil.		0,316 mil.
Cena za unikátního diváka / návštěvníka	0,19 Kč / os.		0,70 Kč / os.

74%
efektivnější
než online

TV reklama za stejnou cenu dodala
4krát vyšší zásah diváků.



01. PŘEHLED PRODUKTŮ



Jak můžete inzerovat na TV stanicích Atmedia

Nabízíme nejrůznější reklamní formáty od klasických spotů po speciální inzerci.

REKLAMNÍ SPOTY



měřené TV stanice

je možné
zakoupit pro
každou TV stanic
samostatně

Prodej na GRP

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.

nejvyšší
efektivita
kampaní

atmax

atchoice

atadults

atkids

SPOTY

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



neměřené TV stanice

Spotová inzerce

U neměřených televizních stanic můžete
zakoupit konkrétní počet reklamních spotů.

arena
sport

SHORROR

televízia
osem^{HD}

V

TV BRNO 1

SPECIÁLNÍ FORMÁTY



Partnerství světových sportovních událostí

Jedinečná možnost zviditelnit svoji značku v kontextu největších sportovních akcí.

pouze
u Atmedia



Sponzoring a product placement

Spojte svoji značku s určitým typem pořadu umístěním sponzorského vzkazu nebo produktu.



Minipořady a teleshopping

Delší reklamní formáty umožňují představit do většího detailu přednosti produktu či řešení.

Nebo připravíme nabídku přímo pro vaši marketingovou výzvu.

Ke každé kampani přistupujeme jako k unikátnímu projektu.

Nabídku tak flexibilně přizpůsobíme vašim potřebám.

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.

atmax



Dostaňte svoje 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 9 stanic sestavujeme na základě vašich individuálních požadavků.



Škálování ukazuje vhodnost produktu pro řešení vaší marketingové výzvy.

1 GRP = 70 284 diváků

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

atadults



Oslovte svojí nabídkou dospělé diváky na 20 tematických stanicích.



atkids



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



⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, 09/2020 – 08/2021, CS 15–69

Balíček stanic atmax

Využijte náš reklamní prostor naplno a dostaňte svoji nabídku k celé rodině napříč všemi televizními žánry. Balíček atmax umožňuje oslovit široké spektrum diváků, zahrnuje všech 23 měřených stanic v portfoliu Atmedia.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	maximální zásah
Prodejní cílová skupina	15–69 let
Stanice	kompletní portfolio 23 měřených TV stanic Atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

ZÁSAH
REKLAMOU

3,8 mil.

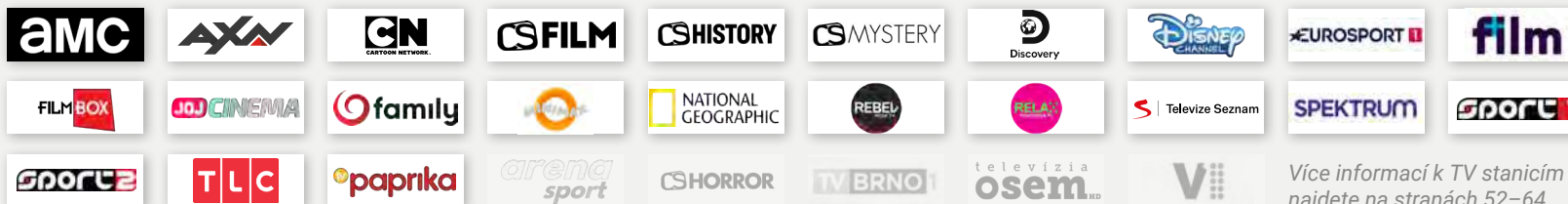
potenciální zásah diváků
ve věku 15–69
(5,2 mil. diváků ve věku 4+)

=

640

kapacita (GRP) pro měsíční
kampaň pro jednoho klienta

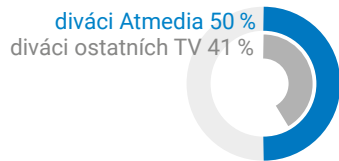
GRP KAPACITA



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

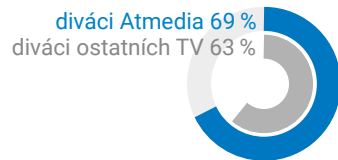
Oslovte široké spektrum diváků s balíčkem atmax

Známe spotřební chování našich diváků.
Potřebujete vědět, jak nakupují jiné produkty, případně konkrétně ten váš? Dejte nám vědět. Řekneme vám to.



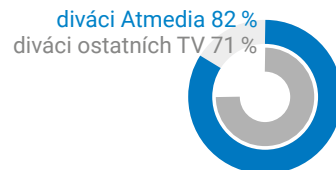
+ 9%

nakupují slané sušenky ⁽⁵⁾



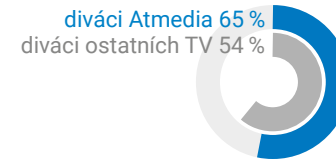
+ 6%

nakupují mletou nebo zrnkovou kávu ⁽⁴⁾



+ 11%

nakupují WC čističe a bloky ⁽³⁾

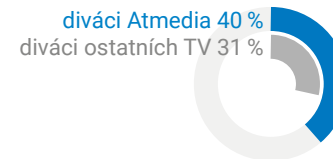


+ 11%

nakupují rodinná balení zmrzliny ⁽⁶⁾



komerční afinita žen ve věku 29–59 let ⁽¹⁾



+ 9%

nakupují léky proti kašli ⁽²⁾

⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO–3, 01–08/2021, TRP 30s bloku, k CS 15–69
^(2–6) MML–TGI ČR, 1. a 2. čtvrtletí 2021, Atmedia

Balíček stanic at**choice**

Sestavte si vlastní balíček TV stanic pro svoji specifickou cílovou skupinu. Pomůžeme vám vybrat nejméně 9 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	9 a více měřených TV stanic z portfolia Atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ sestavení výběru stanic ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

Jak balíček atchoice funguje?

Příklad:

Žena ve věku 35–44 let s vysokými příjmy a z velkého města

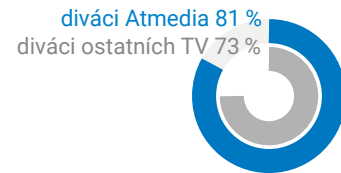
Představte si, že svojí kampaní chcete oslovit ženy v produktivním věku s vyššími příjmy (soc. AB) a z velkých měst (nad 20 tis. ob.). Po konzultaci vám z portfolia našich stanic vybereme nejméně 9, které sleduje vaše cílová skupina.



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

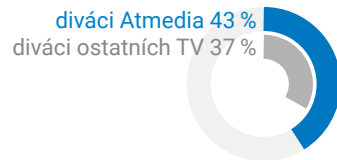
Oslovte co nejefektivněji specifickou cílovou skupinu diváků s balíčkem atchoice

Známe spotřební chování našich diváků.
Potřebujete vědět, jak nakupují jiné produkty, případně konkrétně ten váš? Dejte nám vědět. Řekneme vám to.



+ 8%

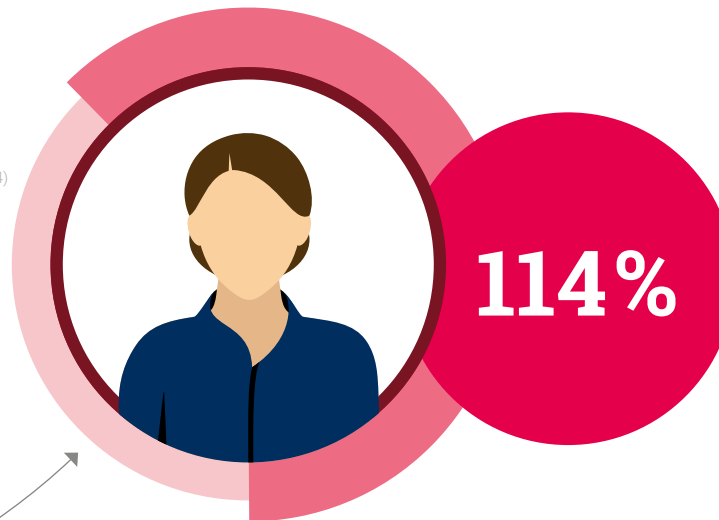
nakupují čisticí prostředky⁽⁵⁾



+ 6%

nakupují přípravky proti bolesti v krku⁽⁴⁾

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



komerční afinita žen ve věku 35–44 s vysokými příjmy (soc. AB) a z velkého města (nad 20 tis. ob.)

(1)



+ 6%

nakupují šumivá vína a sekty⁽²⁾



+ 7%

nakupují čokoládové tyčinky a jiné čokoládové cukrovinky⁽³⁾

(1) ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO–3, 01–08/2021, TRP 30s bloku, k CS 15–69
(2–5) MML–TGI ČR, 1. a 2. čtvrtletí 2021, Atmedia

Balíček stanic atadults

Oslovte svou nabídkou dospělé diváky na 20 stanicích nejrůznějšího 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

20 měřených TV stanic z portfolia Atmedia

Prodejní jednotka

GRP

Atmedia servis

- ✓ optimalizace mediaplánu
- ✓ technické zajištění
- ✓ vyhodnocování výsledků

ZÁSAH
REKLAMOU

3,8 mil.

potenciální zásah diváků
ve věku 15–69
(5 mil. diváků ve věku 4+)

=

625

kapacita (GRP) pro měsíční
kampaň pro jednoho klienta

GRP KAPACITA

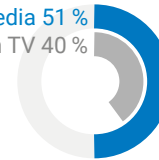


Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

Oslovte vysoce bonitní dospělé diváky s balíčkem **atadults**

Známe spotřební chování našich diváků.
Potřebujete vědět, jak nakupují jiné produkty, případně konkrétně ten váš? Dejte nám vědět. Řekneme vám to.

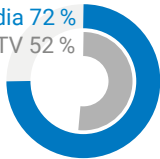
diváci Atmedia 51 %
diváci ostatních TV 40 %



+ 11%

nakupují přípravky
proti bolestem svalů
a kloubů ⁽⁶⁾

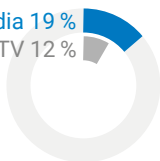
diváci Atmedia 72 %
diváci ostatních TV 52 %



+ 20%

nakupují pánské
přípravky po holení ⁽⁵⁾

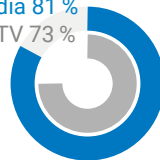
diváci Atmedia 19 %
diváci ostatních TV 12 %



+ 7%

utrácejí za loterie
/ sázky více než
600 Kč měsíčně ⁽⁴⁾

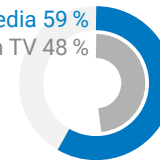
diváci Atmedia 81 %
diváci ostatních TV 73 %



+ 8%

nakupují pivo ⁽³⁾

diváci Atmedia 59 %
diváci ostatních TV 48 %



+ 11%

nakupují tvrdý alkohol ⁽²⁾



**komerční afinita
diváků ve věku
35–59 let ⁽¹⁾**

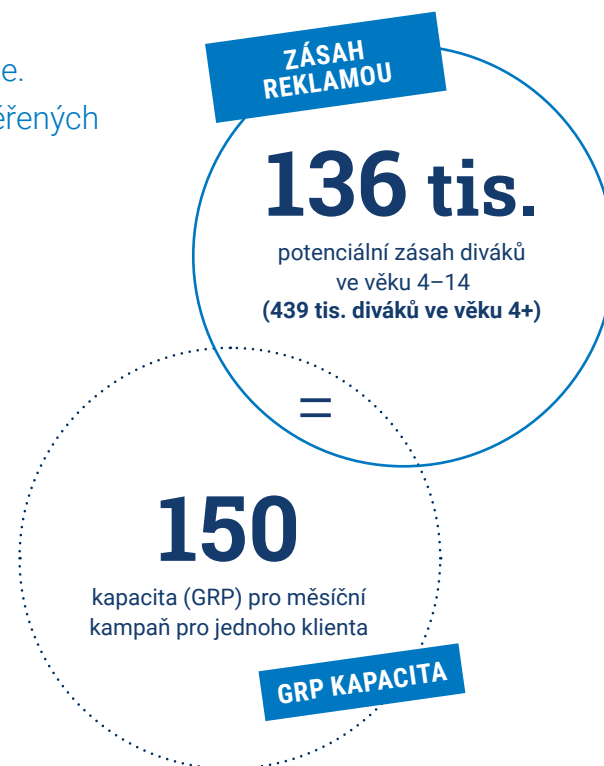
⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO–3, 01–08/2021, TRP 30s bloku, k CS 15–69
^(2–6) MML–TGI ČR, 1. a 2. čtvrtletí 2021, Atmedia

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.



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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

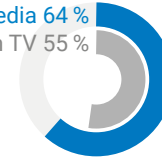


Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

Oslovte efektivně dětské diváky a jejich rodiče s balíčkem atkids

Známe spotřební chování našich diváků.
Potřebujete vědět, jak nakupují jiné produkty, případně konkrétně ten váš? Dejte nám vědět. Řekneme vám to.

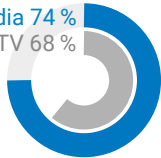
diváci Atmedia 64 %
diváci ostatních TV 55 %



+ 9%

nakupují ochucené sycené nápoje ⁽⁵⁾

diváci Atmedia 74 %
diváci ostatních TV 68 %



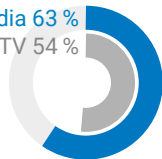
+ 6%

nakupují mléčné dezerty ⁽⁴⁾



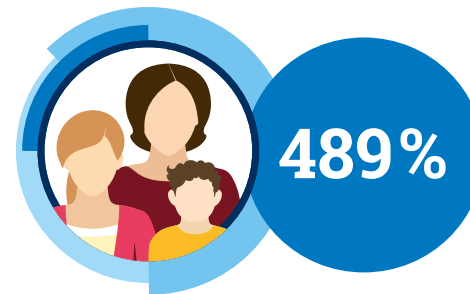
komerční afinita diváků ve věku 4–14 let ⁽¹⁾

diváci Atmedia 63 %
diváci ostatních TV 54 %



+ 9%

nakupují spontánně u pokladny čokoládové tyčinky a jiné cukrovinky ⁽³⁾



komerční afinita hospodyň s dětmi do 14 let s vysokými příjmy (soc. AB) ⁽²⁾

⁽¹⁻²⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TSO–3, 01–08/2021, TRP 30s bloku, k CS 15–69

⁽³⁻⁵⁾ MML–TGI ČR, 1. a 2. čtvrtletí 2021, Atmedia

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.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete	oslovit diváky v regionech
Stanice	5 neměřených TV stanic v portfoliu Atmedia
Prodejní jednotka	počet spotů
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ výběr stanic ✓ technické zajištění



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.



Reklama za velmi výhodnou cenu

Cena reklamního času se pohybuje v řádu stokorun či nižších tisíců. Zároveň jde o jednu z neefektivnějších a nejadresnějších cest pro cílení reklamy.



Vhodné pro regionální firmy

Většina neměřených stanic jsou regionální televize s dosahem na úrovni kraje. Inzerce na těchto kanálech je zejména pro místní firmy zajímavou možností, jak představit své produkty, služby či například nabídky pracovních pozic.



Atraktivní zájmové skupiny diváků

Neměřené stanice z našeho portfolia cílí na specifické diváky, které je obtížné oslovit jinými cestami – představují tak zajímavou a efektivní alternativu například k online reklamě.

SPECIÁLNÍ FORMÁTY INZERCE

Využijte ve svém marketingu méně běžné cesty k oslovení své cílové skupiny. Vedle těch klasických nabízíme také sponzoring světových sportovních událostí – od Formule 1 přes Zimní olympijské hry v Pekingu, grandslamové turnaje nebo cyklistické závody Grand Tour.



Partnerství světových sportovních událostí

Staňte se partnerem Formule 1 nebo nejsledovanějších sportovních klání v různých disciplínách přenášených kanálem Eurosport 1. Oslovte především mladší muže s vyššími příjmy.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Sponsoring 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 svůj brand.



Minipořady a teleshopping



Zaujměte televizní diváky, představte jim svůj produkt v oblíbeném formátu – formou teleshoppingu na 9 TV stanicích podle výběru.



Exkluzivní partnerství sportovních událostí

Využijte naši spolupráci se stanicemi Sport 1, Sport 2 a Eurosport 1 a spojte svoji značku s exkluzivními sportovními svátky v široké škále disciplín.



Brand image



Nový produkt



Nárůst prodeje

Když potřebujete

budovat značku a zvyšovat povědomí o ní, především mezi mužskými diváky

Prodejní cílová skupina

15–69 let

Atmedia servis

- ✓ optimalizace mediaplánu
- ✓ technické zajištění
- ✓ vyhodnocování výsledků

600+ tis.

počet oslovených diváků ve věku 4+ u největších sportovních událostí

5,2%

průměrný podíl na sledovanosti přímých přenosů závodů F1 u diváků ve věku 15–69 ⁽¹⁾



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

Zimní olympijské hry

> Zásah: 632 tis. (4+) ⁽²⁾



Světový pohár v biatlonu



US Open

> Zásah: 333 tis. (4+) ⁽³⁾



Mistrovství světa v kulečnicku



La Vuelta

> Zásah: 221 tis. (4+) ⁽⁴⁾

⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2020, Share, CS 15–69, přímé přenosy závodů F1 2020

⁽²⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, LOH v Tokiu 2021

⁽³⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, US Open 2021

⁽⁴⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, La Vuelta 2021

Vyberte si sportovní událost a provázejte ji svoji značkou po celou dobu

- ✓ dobrá viditelnost
- ✓ spojení značky se světovými sportovními událostmi
- ✓ vysoká afinita mužského publika

Konkrétní reklamní formáty vám představíme na vyžádání.



192%

Sportovní události na Eurosport 1 sledují atraktivní cílové skupiny diváků ⁽¹⁾

Afinita mužů ve věku 25–44 let s vysokými příjmy (soc. AB)

124%

Exkluzivní partnerství Atmedia s Formulí 1 nám umožňuje nabízet zajímavý prostor pro prezentaci vaší značky ⁽²⁾

Afinita mužů ve věku 25–44 let s vysokými až průměrnými příjmy (soc. ABC)

> Olympijské hry

Zimní olympijské hry 2022 Peking

> Formule 1

Seriál legendárních motoristických závodů

> Motorsport

WTCR, 24 hodin Le Mans, ERC, EWC

> Cyklistika

Giro d'Italia, Tour de France, La Vuelta

> Tenis

Australian Open, Roland Garros, Wimbledon, US Open

> Zimní sporty

Světový pohár v alpském lyžování, Světový pohár v biatlonu

24 Hodin Le Mans



Formule 1

> Zásah: 599 tis. (4+)⁽⁵⁾

Tour de France

> Zásah: 307 tis. (4+)⁽³⁾



Giro d'Italia

> Zásah: 243 tis. (4+)⁽⁴⁾



Roland Garros

> Zásah: 595 tis. (4+)⁽⁶⁾

Australian Open

> Zásah: 367 tis. (4+)⁽⁷⁾

⁽¹⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Afinita, k CS 15–69, LOH v Tokiu 2021, Australian Open 2021, Roland Garros 2021, US Open 2021, Giro d'Italia 2021, Tour de France 2021, La Vuelta 2021

⁽²⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2020, Afinita, k CS 15–69, přímé přenosy tréninků, kvalifikace a závodů F1 2020

⁽³⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, Tour de France 2021

⁽⁴⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, Giro d'Italia 2021

⁽⁵⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2020, Reach 000, CS 4+, přímé přenosy tréninků, kvalifikace a závodů F1 2020

⁽⁶⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, Roland Garros 2021

⁽⁷⁾ ATO – Nielsen Admosphere, Živě + TS0–3, 2021, Reach 000, CS 4+, Australian Open 2021

Sponzoring a product placement

Budte na očích své 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.



Když potřebujete	budovat značku a zvyšovat o ní povědomí
Prodejní jednotka	počet sponzorských vzkazů / PP individuální
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

Prodej sponzorských vzkazů a product placementu je možný individuálně pro jednotlivé TV stanice.



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

Sponzoring

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

- ✓ sponzorské vzkazy sleduje více diváků než klasickou reklamu
- ✓ 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 svoje 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
- ✓ nevtíravý způsob reklamy
- ✓ velká účinnost (blíží se statusu „ústního doporučení“)



Minipořady a teleshopping

Zajistěte prezentaci svých 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 možný individuálně pro jednotlivé TV stanice.

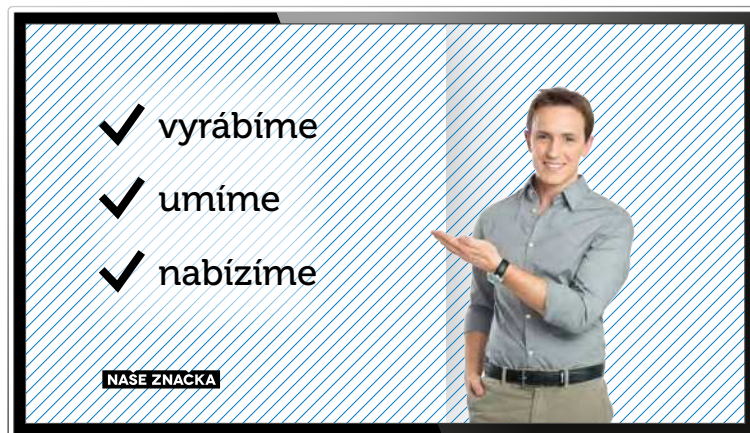


Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–64.

Minipořady

Uveďte vlastní tematický pořad, který představí 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 svůj 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





02. PORTFOLIO TV STANIC

Vlastnosti TV stanic Atmedia

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 (PECM). 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 stanice.

DISTRIBUCE SIGNÁLU



VOLNĚ ŠÍŘENÉ

TV stanice šířené přes digitální multiplexy 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. Vodafone) 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.

KATEGORIE



DĚTSKÉ

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

DOKUMENTÁRNÍ

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

FILMOVÉ

Pro filmožrouty všech věkových kategorií a žánrových zálibení.

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 místní patrioty se zájmem o dění ve svém okolí.
















SERIÁLOVÉ

Atraktivní seriálové tituly pro všechny televizní maratonce.

SPORTOVNÍ

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

Přehled reklamního portfolia TV stanic

Stanice	Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Komerční afinita typického diváka	atmax	atchoice	ataadults	atkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	mini pořady	teleshopping	partnerství sport. událostí
 AMC	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Filmová / seriálová	674 000 (CS 15-69) 826 000 (CS 4+)	Muž 35-64	146 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●		●		
 Arena Sport	Neměřená	Placení operátoři	ČR	Sportovní	-	-	-						●	●				
 AXN	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová / seriálová	371 000 (CS 15-69) 480 000 (CS 4+)	Divák 35-59	116 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●		●		
 Cartoon Network	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dětská	37 000 (CS 4-14) 98 000 (CS 4+)	Dítě 6-12	109 % (k CS 4-14)	●			●	●	●			●		
 CS Film	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Filmová	730 000 (CS 15-69) 942 000 (CS 4+)	Divák 35-54	116 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●		
 CS History	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Dokumentární	165 000 (CS 15-69) 268 000 (CS 4+)	Muž 25-54	106 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●		
 CS Horror	Neměřená	Placení operátoři	ČR / SK	Filmová	-	-	-						●	●				
 CS Mystery	Měřená	Volně šířená	ČR / SK	Dokumentární	675 000 (CS 15-69) 962 000 (CS 4+)	Divák 35-59	111 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●		
 Discovery Channel	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Dokumentární	252 000 (CS 15-69) 318 000 (CS 4+)	Muž 35-54	243 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●					
 Disney Channel	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Dětská	96 000 (CS 4-14) 251 000 (CS 4+)	Dítě 6-12	133 % (k CS 4-14)	●			●	●	●			●		
 Eurosport 1	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Sportovní	399 000 (CS 15-69) 557 000 (CS 4+)	Muž 35-54	144 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●				●
 Film+	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Filmová	636 000 (CS 15-69) 771 000 (CS 4+)	Divák 35-59	104 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●		●	●	
 FilmBox	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová / seriálová	1 152 000 (CS 15-69) 1 479 000 (CS 4+)	Divák 35-54	111 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●			●	
 JOJ Cinema	Měřená	Placení operátoři	ČR	Filmová	608 000 (CS 15-69) 795 000 (CS 4+)	Divák 35-54	109 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●			
 JOJ Family	Měřená	Volně šířená	ČR	Rodinná	1 503 000 (CS 15-69) 2 013 000 (CS 4+)	Divák 35-59	112 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●		●	

Stanice	Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Komerční afinita typického diváka	atmax	atchoice	ataadults	atkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	minipořady	teleshopping	partnersví sport. událost
Minimax	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dětská	93 000 (CS 4-14) 298 000 (CS 4+)	Dítě 4-9	152 % (k CS 4-14)	●			●	●	●			●		
National Geographic	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Dokumentární	479 000 (CS 15-69) 659 000 (CS 4+)	Muž 25-54	106 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●			
REBEL	Měřená	Volně šířená	ČR	Hudební	354 000 (CS 15-69) 404 000 (CS 4+)	Divák 35-59	138 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●	●	
RELAX	Měřená	Volně šířená	ČR	Lifestylová	294 000 (CS 15-69) 481 000 (CS 4+)	Žena 25-59	172 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●	●	
Televize Seznam	Měřená	Volně šířená	ČR	Rodinná	1 994 000 (CS 15-69) 2 714 000 (CS 4+)	Divák 35-59	102 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●		
Spektrum	Měřená	Placení operátoři	ČR	Dokumentární	282 000 (CS 15-69) 369 000 (CS 4+)	Muž 25-59	130 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●		●		
Sport 1	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Sportovní	203 000 (CS 15-69) 286 000 (CS 4+)	Muž 25-54	178 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●
Sport 2	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Sportovní	211 000 (CS 15-69) 299 000 (CS 4+)	Muž 25-54	176 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●
TLC	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Lifestylová	112 000 (CS 15-69) 147 000 (CS 4+)	Žena 25-54	158 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●					
TV Brno 1	Neměřená	Volně šířená	ČR	Regionální	-	-	-						●	●				
TV Osem	Neměřená	Placení operátoři	ČR / SK	Lifestylová	-	-	-						●	●	●	●	●	
TV Paprika	Měřená	Placení operátoři	ČR / SK	Lifestylová	100 000 (CS 15-69) 138 000 (CS 4+)	Žena 25-54	114 % (k CS 15-69)	●	●	●		●	●	●	●	●	●	
V1	Neměřená	Volně šířená	ČR	Regionální	-	-	-						●	●				



měřená



placená



ČR / SK

filmová /
seriálová

Živí mrtví: Počátek konce

Televizní stanice AMC je jednou z **nejpopulárnějších 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 *Živí mrtví: Počátek konce*, mysteriózní novinka *NOS4A2* nebo pokračování jednoho z nejlepších seriálů současnosti – *Fargo*. Zkrátka, je na co se dívat!

Stanice osloví 674 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
826 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 35–64 let**
> komerční afinita 146 % (k CS 15–69)



měřená



placená



ČR

filmová /
seriálová

Dobry doktor

AXN je **akční televizní kanál**, který jako první přináší premiérové řady oblíbených **hollywoodských seriálů, exkluzivní kriminálky, dramata** či **dobrodružné a akční filmy**. *Námořní vyšetřovací služba*, *S.W.A.T.* nebo *Tým SEAL* – to jsou ty **nejsledovanější pořady** na AXN. Mezi další oblíbené seriály patří například *Dobry doktor* nebo *Prezident v pořadí*. Pro své fanoušky AXN neustále připravuje nové **premiéry seriálů**. Mezi nejnovější patří například *Mateřství* nebo *Rozkvět*. Tak do toho skočte po hlavě a nezapomeňte na záchrannou vestu!

Stanice osloví 371 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
480 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–59 let**
> komerční afinita 116 % (k CS 15–69)



měřená



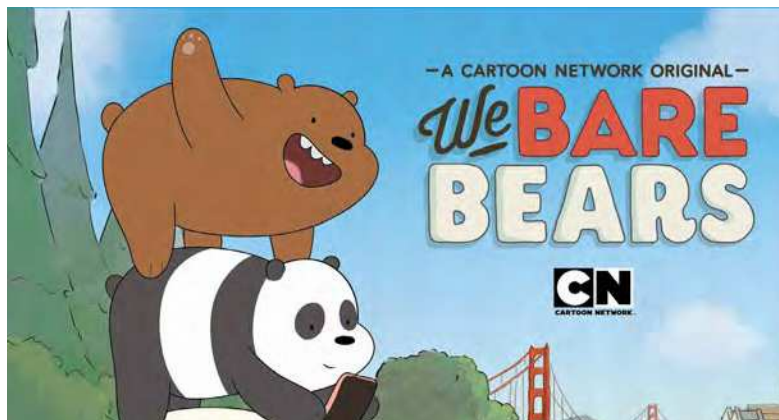
placená



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 představitost 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 hlavní trháky patří seriály *Ben 10*, *Scooby-Doo*, *Totální Dramarama*, *Táborový ostrov* nebo *Angelovy patálie*. Za animáky se chodí na Cartoon Network!

Stanice osloví 37 000 diváků ve věku 4–14 / měsíc
98 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Dítě 6–12 let**
> komerční afinita 109 % (k CS 4–14)



měřená



placená



ČR / SK



filmová



Ostře sledované vlaky

CS Film nabízí divákům každý měsíc více než **210 českých a slovenských filmů**. Stanice vysílá nejen všechny filmy s Vlastou Burianem či s Oldřichem Novým, ale nabízí také klasické pohádky, komedie, dramata a krimi od třicátých let až do zhruba let devadesátých. Na stanici CS Film najdete filmy jako *Ducháček to zařídí*, *Hotel Modrá hvězda* nebo *Tankový prapor*. Stanici v poslední době objevují také mladí, kteří zde hledají ty pravé české klasiky. CS Film vysílá také **dopolední pásmo pohádek pro děti**. Tak pozor, ať vás neodnese Krakonoš!

Stanice osloví 730 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
942 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–54 let**
> komerční afinita 116 % (k CS 15–69)

CS HISTORY



měřená



placená



ČR / SK



dokumentární



Kubánský plukovník a ruský generál

CS History je dokumentární stanice zaměřená na **velké historické události, dějinné předěly a válečné dokumenty**. Pořady jako *Napoleon, Říše gangsterů, Největší tankové bitvy* nebo *Operace Valkýra*, jsou jen malým výčtem toho, co diváci na stanici skutečně najdou. Od historických výjevů, velkolepých bitev až po technologické objevy. Diváky potěší i takové speciality jako *Velké indiánské války* nebo *Historie britské monarchie pohledem z letadla*. Objevte minulost na CS History!

Stanice osloví 165 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
268 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 25–54 let**
> komerční afinita 106 % (k CS 15–69)

CS MYSTERY



měřená

volně
šířená

ČR / SK



dokumentární



Akta Paranormal

CS Mystery je dokumentární stanice, na které diváci najdou nejen **konspirační dokumenty o UFO**, ale také se s ní mohou vydat po nekonečných plánech Antarktidy nebo Afriky. Na své si přijdou také **milovníci paranormálních jevů**. Pořady jako *Na hranici onoho světa* nebo *Návrat exorcistů* zvýší jistě tep každému. Pominout nelze ani krimi rozměr v pořadech jako *Případy FBI* nebo *Právo divokého západu*. Milovníci historie si přijdou na své u pořadů jako *Skryté znalosti dávných civilizací* nebo *Pověsti a záhady českých hradů*. Přijďte věcem na kloub!

Stanice osloví 675 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
962 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–59 let**
> komerční afinita 111 % (k CS 15–69)



měřená



placená



ČR / SK



dokumentární



Zlatá horečka

Discovery Channel je dokumentární stálicí na televizním nebi, která svým divákům nabízí výběr těch nejlepších **dokumentárních programů**. Ve svých pořadech využívá nejmodernější technologie a díky nim můžou diváci nahlédnout nejen pod hladiny oceánů, hluboko do vesmíru, ale také do každodenního života ostatních lidí. Mezi **nejoblíbenější pořady** patří zejména *Zlatá horečka*, *Jak to dělají*, nebo *Lovci odpadu*. Objevujte, co je lidem skryto s Discovery!

Stanice osloví 252 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
318 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 35–54 let**
> komerční afinita 243 % (k CS 15–69)



měřená



placená



ČR / SK



dětská



Kouzelná Beruška a Černý kocour

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*, *Táborníci z Kikiwaka*, *Nakopni to*, *Greenovi ve velkoměstě* nebo *Prázdninové deníky*. Především mladší divačky si přijdou na své u seriálů *Jessie*, *Na vlásku* či *Kluk Holka atd.* Na Disney Channel je prostě celý den na co koukat!

Stanice osloví 96 000 diváků ve věku 4–14 / měsíc
251 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Dítě 6–12 let**
> komerční afinita 133 % (k CS 4–14)



Zimní olympijské hry 2022 v Pekingu

Nejpopulárnější **evropská sportovní stanice**, která vyniká svou rozmanitostí sportovních disciplín. Eurosport je zkratkou pro exkluzivní sportovní události, jako je třeba tenisový **Grand Slam**, cyklistické závody **Tour de France a Giro d'Italia**, automobilové závody **24 Hodin Le Mans** i mnoho mezinárodních fotbalových a hokejových utkání. A především – Eurosport je domovem olympijských her. A platí to i pro **Zimní olympijské hry 2022 v Pekingu**. S Eurosport 1 zažijete emoce, jako byste byli v místě dění!

Stanice osloví 399 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
557 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 35–54 let**
> komerční afinita 144 % (k CS 15–69)



Detektiv z Hongkongu

Na televizní stanici Film+ si přijde na své každý filmový fanoušek. Můžete se těšit na **akční filmy, komedie, detektivní příběhy**, ale i **sci-fi, rodinné filmy** nebo **dramata**. Kultovní snímky s nejslavnějšími herci Hollywoodu (*Rambo, Patriot, Americké psycho*), slavné filmy z celého světa od proslulých režisérů (*Hacksaw Ridge, Sedm let v Tibetu*) či sci-fi klasiky jako *Všemocný* nebo *Gattaca* vás nepustí od obrazovky. S Film+ dostanete vždy něco navíc!

Stanice osloví 636 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
771 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–59 let**
> komerční afinita 104 % (k CS 15–69)




měřená



placená



ČR

filmová /
seriálová

Coco Chanel

Stovky premiér ročně i osvědčené klasiky, velké **akční filmy i nezávislé evropské snímky**. To je žánrově pestrý **filmový kanál** FilmBox plný dobrodružných filmů, komedií, thrillerů, dramát či seriálů s hvězdným obsazením. Odhalte složité případy s jedním z nejslavnějších detektivů *Herculem Poirotem*, odpočiňte si u pohádky *Čertí brko* nebo si pusťte nějakou z klasik jako je třeba *Hříšný tanec*. FilmBox se vám vždycky trefí do nálady!

Stanice osloví 1 152 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
1 479 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–54 let**
> komerční afinita 111 % (k CS 15–69)




měřená



placená



ČR



filmová



96 hodin: Zúčtování

JOJ Cinema je filmová stanice, která je určena nejen pro filmové fanoušky, ale pro celé rodiny. Po celý rok nabízí ty nejnovější kinohity, exkluzivní televizní premiéry a **globálně nejúspěšnější filmové tituly** všech žánrů. **Akční filmy** jako *John Wick* nebo *Expendables: Postradatelní*, **české komedie** *Tankový prapor* či trilogie *Slunce, seno...*, fantasy sága *Twilight* nebo příběhy s *Asterixem*. To je jen malá ukázka z nabitého programu stanice. Udělejte si kino doma, a hlavně si nesenžte popcorn ještě před filmem!

Stanice osloví 608 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
795 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–54 let**
> komerční afinita 109 % (k CS 15–69)




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. Ani letos nebudou chybět „**Česko-slovenské seriálové legendy**“ v rámci pravidelného programového okna – například seriály *Chlapci a chlapi*, *Okres na severu* či *30 případů majora Zemana*. Z původní slovenské tvorby vysílá nejen populární dramatický seriál *Dr. Dokonalý*, ale i mimořádně oblíbený pořad *V sedmém nebi* nebo *Soudní síň* či *Poldové v akci*. Na JOJce se prostě pobaví celá rodina!

Stanice osloví

1 503 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
2 013 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák**Divák 35–59 let**

> komerční afinita 112 % (k CS 15–69)



měřená



placená



ČR



dětská



Dívky s posláním

Dětský kanál Minimax nabízí ty nejlepší **animované i hrané pořady** pro nejmenší diváky. Dětské seriály jako *Ovocné včely*, *Poznáváme přírodu*, 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. Stanici, která vzdělává i baví!

Stanice osloví

93 000 diváků ve věku 4–14 / měsíc
298 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák**Dítě 4–9 let**

> komerční afinita 152 % (k CS 4–14)

NATIONAL
GEOGRAPHIC



měřená



placená



ČR / SK



dokumentární



Promo foto TV stanice

National Geographic je legendární **dokumentární stanici**. Její diváci sledují nejrůznější pořady, v nichž se odhalují taje **přírody, historie a vědy**. Poznávají možnosti techniky a technologií. Mezi nejoblíbenější z nich patří *V divočině s Bearem Gryllem*, *Letecké katastrofy*, *Továrna na jídlo* nebo *Nacistické megastavby*. Světového uznání se dostalo sériím *Mars* nebo *Génius*. S National Geographic nahlédnete za horizont událostí!

Stanice osloví 479 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
659 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 25–54 let**
> komerční afinita 106 % (k CS 15–69)



měřená



volně
šířená



ČR



hudební



Promo foto TV stanice

REBEL je jediná **rocková televize v ČR** zaměřená na kytarovou muziku ve všech jejích žánrových podobách. Vysílá hudební klipy rockových klasiků i současných hvězd a pro diváky chystá také tematické pořady. Co se událo na rockové scéně se dozvíte třeba v pořadu *Na Kovárně*, do zákulisí koncertů nakoukněte s pořadem *Backstage* a metalisté si naladí *Metalmánii*. REBEL vás naladí na tu správnou strunu!

Stanice osloví 354 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
404 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–59 let**
> komerční afinita 138 % (k CS 15–69)



měřená

volně
šířená

ČR



lifestylová



Nespoutaný anděl

Relax, to je televize plná pohody. Její diváci si mohou odpočinout od každodenních starostí a vychutnat si oblíbené seriály a zajímavé pořady. Především ženy si odpočinou u **zamilovaných seriálů** jako jsou *Mariana, královna noci*, *Nespoutaný anděl* nebo legendární *Esmeralda*. Přehledné novinky a zajímavosti přinese třeba **life-stylový pořad** *TOP Relax* nebo *Zvěřinec*, se kterým nahlédnete do světa domácích mazlíčků. Občas to chce prostě RELAX!

Stanice osloví 294 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
481 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Žena 25–59 let**
> komerční afinita 172 % (k CS 15–69)



měřená

volně
šířená

ČR



rodinná



Promo foto TV stanice

Televize Seznam je plnoformátová **rodinná televizní stanice** nabízející jak pravidelné nezávislé zpravodajství z domova i ze světa, tak pořady z vlastní produkce. Mezi ně patří například *Šťastné pondělí Jindřicha Šídla*, *Moje Místa* Blanky Kubíkové nebo *Záhady Josefa Klímy*. V programové nabídce se objevují i divácky oblíbené *Zahradní proměny*, **atraktivní seriály** a **klasické české**, páteční **animované** či sobotní **zahraniční filmy**. Televize Seznam tak poskytuje pestrou nabídku informací i zábavy celé rodině. Tak si ji zapněte!

Stanice osloví 1 994 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
2 714 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Divák 35–59 let**
> komerční afinita 102 % (k CS 15–69)

SPEKTRUM



měřená



placená



ČR



dokumentární



Za kamerou v divočině

Televize Spektrum vysílá kvalitní **dokumentární a vzdělávací pořady**, sloužící k lepšímu poznání světa. Nabídka pořadů je opravdu bohatá a na své si přijde každý divák – od **přírodopisných sérií, historických dokumentů** až po **populárně naučné pořady** o současném světě. K nejoblíbenějším pořadům patří *Život v sevření mrazu* věnovaný životu v extrémním chladu nehostinné Aljašky, *Utajený šéf* s napínavými příběhy z pracovního prostředí nebo série *Greta Thunberg – Dobrý důvod k rebelii*. Rozšiřte své spektrum vědomostí!

Stanice osloví 282 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
369 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 25–59 let**
> komerční afinita 130 % (k CS 15–69)

SPORT 1



měřená



placená



ČR / SK



sportovní



Liga národů

Na televizní stanici Sport 1 diváci najdou ten nejlepší klubový a reprezentační fotbal v zápasech **Evropské ligy, Evropské konferenční ligy, Ligy národů** a **kvalifikace na ME a MS ve fotbale**. Pro milovníky motorsportu nabízí stanice také tréninky a kvalifikace **Formule 1**. Hokejové fanoušky pak jistě potěší i duely soutěží **KHL** nebo **Ligy mistrů**. Kromě klasického sportu stanice nabízí také atraktivní klání **e-sportu**, který v poslední době zažívá nevídaný boom. Prostě pro ten nejlepší sport se chodí sem!

Stanice osloví 203 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
286 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 25–54 let**
> komerční afinita 178 % (k CS 15–69)

SPORT 2

měřená



placená



ČR / SK



sportovní



Formule 1

Fanoušci spálených pneumatik míří na Sport 2. Jedině zde najdou **exkluzivní přímé přenosy závodů Formule 1**. Fotbalové fandové nově potěší zápasy **Evropské ligy, Evropské konferenční ligy** a také reprezentační **kvalifikace na ME a MS ve fotbale**. Samozřejmostí jsou také přenosy evropských hokejových lig **KHL a Ligy mistrů**. To vše a mnohem víc naleznou diváci exkluzivně na stanici Sport 2. Na stanici, která žije sportem!

Stanice osloví 211 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
299 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Muž 25–54 let**
> komerční afinita 176 % (k CS 15–69)

TLC

měřená



placená



ČR / SK



lifestylová



Beďarová doktorka

TLC – to je televizní stanice plná zábavy a emocí, občas šokující, ale vždy srdečná. Její inspirativní obsah je zaměřený na **životní styl, rodinu, vaření, zábavu i skutečné příběhy**. Právě proto si své věrné diváky našla především mezi ženami, které vyhledávají pořady o svatbách, vztazích nebo životních cestách a proměnách. Mezi nejoblíbenější pořady patří *90denní snoubenci*, *Podivná těla*, *Můj 270kilový život* nebo reality show *Beďarová doktorka*. Vypněte se zapnutou TLC!

Stanice osloví 112 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc
147 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák **Žena 25–54 let**
> komerční afinita 158 % (k CS 15–69)




měřená



placená



ČR / SK



lifestylová



Pepeho zdravá kuchyně

Televizní stanice TV Paprika nabízí ty **nejlepší pořady o vaření**, ve kterých předvádí své umění ty největší hvězdy světové kuchyně. **Tom Kerridge, Bill Granger** 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 třeba *Jamieho rychlá a snadná kuchyně*, *S Dórou na trhu* nebo *Hughovy tři dobré věci*. Jezte také očima, na TV Paprika!

Stanice osloví	100 000 diváků ve věku 15–69 / měsíc 138 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
-----------------------	---

Typický divák	Žena 25–54 let > komerční afinita 114 % (k CS 15–69)
----------------------	--

Neměřené TV stanice




neměřená



placená



ČR



sportovní

Televizní stanice Arena Sport se zaměřuje na **exkluzivní přímé přenosy a záznamy sportů** – turnajů basketbalu, stolního tenisu, šipek, zápasů fotbalové a hokejové ligy či motoristických závodů. Sportovní fandové sledují například fotbalové zápasy portugalské a nizozemské *Eredivisie* nebo turnaje i utkání v házené. Zkrátka Arena pro všechny sportovní fandy!




neměřená



placená



ČR / SK



filmová

CS Horror je jedinečná televizní stanice ve střední Evropě zaměřená na **temný filmový žánr**. Chcete drkotat zuby u hororů jako *Ať vejde ten pravý*, *Žena v černém*, *Texaský masakr motorovou pilou 3D* nebo dáte přednost **thrillerům** (*Dítě číslo 44*, *Old Boy*), **sci-fi a akčním snímkům** jako jsou *Ninja 2: Pomsta* nebo *Nájemní zabijáci*? Na své si přijdou také fanoušci **fantasy** (*Mortal Instruments: Město z kostí* nebo *Byzantium: Upříčí příběh*). Stanice vysílá stylově zásadně v noci, a to od 00:00 - 05:00. Nezapomeňte, temnota se otvírá každý den po půlnoci!

Žhavé novinky od dubna 2022

Naše portfolio posílila od začátku dubna zbrusu nová televizní stanice **FilmBox Stars**

Nabídka Atmedia se tak rozrostla o další atraktivní diváky v cílové skupině ve věku 35–54 let.

TV stanice FilmBox Stars je zařazena do měření sledovanosti a rozšíří naše obchodní balíčky atmax, atadults a atchoice.

FILMBOX
STARS



měřená



placená



ČR



filmová /
seriálová



Železná Lady

FilmBox Stars je televizní stanice, která se zaměřuje především na **ženské publikum**, ale jistě osloví všechny **filmové a seriálové fandy**. Kromě **hollywoodských hitů** a populárních blockbusterů s předními celebritami, které FilmBox Stars již vysílá, bude rozšířený program obohacen o další **romantické komedie**, dramata, seriály, thrillery a životopisné i **rodinné filmy**. Kromě toho nabídne i **českou tvorbu**. Diváci se tak mohou těšit například na film *Dámský klub*, českou komedii *Divoké včely*, komedii *Rande na dvě noci* nebo film *Železná lady*. Ty nejjasnější herecké hvězdy září na FilmBox Stars.

Typický divák

Žena 35–54 let

Neměřené TV stanice




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. Divácky oblíbené pořady jsou zejména *Sběratelé*, *Špetka Slovácka* nebo relace *Host dne*, která přináší rozhovory s osobnostmi v regionu. To nejlepší z moravské metropole pod jedním tlačítkem!




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. Stanice divákům přináší denní vysílání se zaměřením na **ezoteriku, zdravý životní styl, zábavu i radost ze života**. Tak vstupte!




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, nechybí ani pravidelné informace o dopravní situaci v kraji a v průběhu dne přijde do studia také plno zajímavých hostů z různých oborů. S Východočeskou televizí se diváci v kraji neztratí!



atmedia 

03. PLÁNOVÁNÍ & SPOLUPRÁCE

OBCHODNÍ NABÍDKA
2022

Spuštění TV kampaně je jednoduché

Poradíme vám, jak na to! K představení vašeho produktu televizním divákům stačí jen několik jednoduchých kroků.



Kontaktujte Atmedia

Klidně nezávazně. Potřebujete oslovit například ženy s dětmi s nabídkou vašeho nového produktu? **Společně se podíváme na reklamní možnosti na našich TV stanicích** a najdeme správnou cestu k tomu, abychom vaši cílovou skupinu efektivně oslovili. Uvidíte, že není vůbec složitá.



Domluvte mediaplán

Každá televizní kampaň vyžaduje jinou strategii. Abyste efektivně dosáhli všech stanovených cílů TV kampaně, potřebujete takzvaný **mediaplán**. Ten určuje, jak dlouho TV kampaň poběží, jak často, na jakých TV stanicích, případně v jakých denních časech. Na základě něho **umíme vaši kampaň efektivně rozložit**, abychom dosáhli vámi stanovených cílů. Chcete například uvést na trh nový produkt? Vaši kampaň nastavíme tak, aby zasáhla hlavní cílové skupiny a maximalizujeme denní frekvenci spotů. Naopak pro oslovení úzké cílové skupiny vám můžeme sestavit vhodný balíček TV stanic šitých na míru.



Dodejte reklamní spot

Ve chvíli, kdy máme připravený a zoptimalizovaný mediaplán, můžeme vaši TV kampaň nasadit do vysílání. K tomu potřebujeme to nejdůležitější. **Televizní spot**. Dodáte nám vlastní? Výborně! Teď už nic nebrání představit ho na obrazovkách divákům. Pokud byste ale přeci jenom potřebovali poradit třeba s formátem videa nebo se samotnou produkcí, rádi vám s tím pomůžeme. A nezapomeňte, **TV reklama nemusí být vůbec drahá**. Televizní spot se dá pořádit již za nižší desítky tisíc Kč.



Sledujte vaši kampaň v TV

Teď už to nechte na nás! Postaráme se o veškeré technické záležitosti a spustíme kampaň. Tím to ale rozhodně nekončí. Vaši kampaň neustále **monitorujeme** a **optimalizujeme** v jejím průběhu tak, aby splnila všechny své cíle. Z tohoto důvodu například několikrát měsíčně vyhodnocujeme TV sledovanost a upravujeme odhady televizní sledovanosti. Také díky tomu se nám **dlohodobě daří plnit stanovené cíle** TV kampaní našich klientů.



Radujte se z výsledků

Po odběhnutí vaší kampaně zpětně vyhodnotíme splnění cílů na základě vytyčených parametrů. Hodnotí se například, zda TV kampaň oslovila předem stanovený počet diváků, zda dosáhla efektivní frekvence nasazení TV spotů, nebo zda efektivně oslovila konkrétní cílovou skupinu, na kterou byla zaměřena. Výsledkem je tzv. **post-buy report**. Součástí vyhodnocení TV kampaně mohou být také doporučení pro vaše další TV kampaně.

Obchodní podmínky & 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 za 1 GRP
individuální prodej	1 stanice z atkids	4-14	13 100
individuální prodej	1 stanice z atadults	15-69	17 600
atkids (3 TV stanice)	Cartoon Network, Disney Channel, Minimax	4-14	13 000
atchoice (min. 9 z 20 TV stanic)	AMC, AXN, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Eurosport 1, Film+, FilmBox, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, Seznam.cz TV, Spektrum, Sport 1, Sport 2, TLC, TV Paprika	15-69	16 300
atadults (20 TV stanic)	AMC, AXN, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Eurosport 1, Film+, FilmBox, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, Seznam.cz TV, Spektrum, Sport 1, Sport 2, TLC, TV Paprika	15-69	14 500
atmax (23 TV stanic)	AMC, AXN, Cartoon Network, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Disney Channel, Eurosport 1, Film+, FilmBox, JOJ Cinema, JOJ Family, Minimax, National Geographic, Rebel, Relax, Seznam.cz TV, Spektrum, Sport 1, Sport 2, TLC, TV Paprika	15-69	13 800

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Cena je stanovena pro třicetisekundový spot.

Nedílnou součástí výpočtu 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
AMC	4 100	2 200	-
Arena Sport	1 500	800	-
AXN	3 400	1 700	-
Cartoon Network	7 500	3 800	-
CS Film	4 100	2 200	-
CS History	2 600	1 300	-
CS Horror	1 500	800	-
CS Mystery	4 100	2 200	-
Discovery Channel	2 600	-	-
Disney Channel	7 500	3 800	-
Eurosport 1	4 100	2 200	-
Film+	3 400	1 700	500
FilmBox	5 200	2 700	500
JOJ Cinema	4 100	2 200	-

TV stanice	Spotový prodej Cena za 1 spot (30 vteřin)	Sponzoring Cena za 1 sponzorský vzkaz	Teleshopping Cena za 1 minutu
JOJ Family	8 200	4 500	1900
Minimax	7 500	3 800	-
National Geographic	3 400	1 700	-
Rebel	2 600	1 300	500
Relax	3 400	1 700	500
Seznam.cz TV	5 200	-	-
Spektrum	2 600	1 300	-
Sport 1	2 600	1 300	500
Sport 2	2 600	1 300	500
TLC	2 600	-	-
TV Brno 1	1 500	800	-
TV Osem	1 500	800	400
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	srpen	září	říjen	listopad	prosinec	
											do 24. 12.	od 25. 12.
0,80	0,95	1,30	1,40	1,40	1,40	0,85	1,05	1,45	1,45	1,45	1,40	0,80

Stopážové koeficienty

10 sec	15 sec	20 sec	25 sec	30 sec	35 sec	40 sec	45 sec	50 sec	55 sec	60 sec
0,50	0,77	0,90	1,00	1,00	1,25	1,45	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 speciální formáty partnerství sportovních událostí na Eurosport 1, Sport 1 a Sport 2 jsou individuální. Kontaktujte naše obchodní oddělení, rádi vám připravíme cenovou nabídku.

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.

Nedílnou součástí výpočtu ceny je příslušný sezónní a stopážový koeficient.



Příplatky, slevy, další podmínky pro booking

Příplatky

- > Za vyžádanou pozici: **10 %**
- > Za druhý a další produkt ve spotu (do 20 % délky 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. 2021: **10% sleva**
- > Za investice do OMK (ostatní mediální kanály)
 - > 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

Limity reklamy na TV stanicích Atmedia

Limity reklamy na TV stanicích Atmedia se řídí Zákonem o regulaci reklamy (40/1995). Některé TV stanice si ale ve svém zodpovědném přístupu k divákům definují nad rámec tohoto zákona další specifická omezení a pravidla pro vysílání reklamních spotů.

Stanice	Lehký alkohol (pivo, víno apod.)	Tvrký alkohol (lihoviny)	Léčivé přípravky	Erotika a sexualita*	Hazardní hry, loterie a sázky	Potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru, tuku a soli
 AMC	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Arena Sport	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 AXN	ANO, ale jen víno v 22.00 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Cartoon Network	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení
 CS Film	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 CS History	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 CS Horror	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 CS Mystery	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Discovery Channel	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Disney Channel	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení
 Eurosport 1	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Film+	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 FilmBox	ANO, ale jen víno v 22.00 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 JOJ Cinema	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO

Všechny reklamní spoty z problematických kategorií ideálně zkontrolovat s dostatečným předstihem.

Stanice	Lehký alkohol (pivo, víno apod.)	Tvrký alkohol (lihoviny)	Léčivé přípravky	Erotika a sexualita*	Hazardní hry, loterie a sázky	Potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru, tuku a soli
 JOJ Family	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Minimax	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení
 National Geographic	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 REBEL	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 RELAX	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Seznam.cz TV	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Spektrum	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Sport 1	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 Sport 2	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 TLC	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 TV Brno 1	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 TV Osem	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 TV Paprika	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO
 V1	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00	ANO	ANO

*Erotické služby, erotické výrobky, léčivé přípravky nebo doplňky stravy na podporu sexuální výkonnosti.

Technické podmínky pro zařazení reklamních pořadů do vysílání

Pro bezproblémovou distribuci vašich TV spotů a zajištění patřičné technické kvality platí následující technické podmínky.

- > **Možnosti dodání reklamní spotů a sponzorských vzkazů: pouze digitálně, soubor dodaný přes Adstream.com nebo Peachvideo.com** (zpoplatněné služby)
- > **Základní technická specifikace:**
 - > Video: Poměr stran 16:9, PAL
 - > Audio: EBU R -128
- > **Konkrétní technické podmínky platné pro dodávky spotů najdete na internetových stránkách www.atmedia.cz v sekci Technické parametry TV kampaní.**
- > **Kontaktní údaje pro dodávání (Adstream):**
Rudolf Kukač, Digital Adstream ČR, rudolf.kukac@adstream.com, tvcz@adstream.com, + 420 604 150 498
- > **Kontaktní údaje pro dodávání (Peachvideo):**
Miloš Paleček, milos.palecek@peachvideo.com, support.cz-sk@peachvideo.com, +420 606 422 380
- > **Kód pásky:** S reklamním spotem musí být dodán kód pásky přidělený registrem TV komerce.
- > **Termín dodání:** Spot musí být dodán nejpozději 5 pracovních dnů před prvním vysláním.
- > **Každý spot musí mít přesnou délku odpovídající objednavce.**

Pokud máte k technickým parametrům jakékoli dotazy, dejte nám vědět. Rádi pomůžeme.

Těšíme se na spolupráci

tým Atmedia

Jaký dojem dělají české TV na své diváky?



atmedia index

powered by atmedia

Unikátní srovnání TV stanic na českém trhu očima jejich diváků

Atmedia index je ukazatel úspěšnosti televizních stanic založený na každoročním průzkumu mezi více než 4 000 diváky

Studie ATMEDIA INDEX přináší jednoduché a srozumitelné srovnání všech televizních stanic, které působí na českém trhu TV reklamy. Prozradí, jak diváci TV stanici hodnotí, jakou s ní mají zkušenost a zda by ji doporučili svým známým. Doplnuje tím data z peplemetrů a dokresluje informace o celkové úspěšnosti TV stanic.

64

TV stanic

Do průzkumu jsou zařazeny všechny měřené stanice na českém TV trhu, které vstupují na trh TV reklamy (98 % media spendu).

8tematických
okruhů

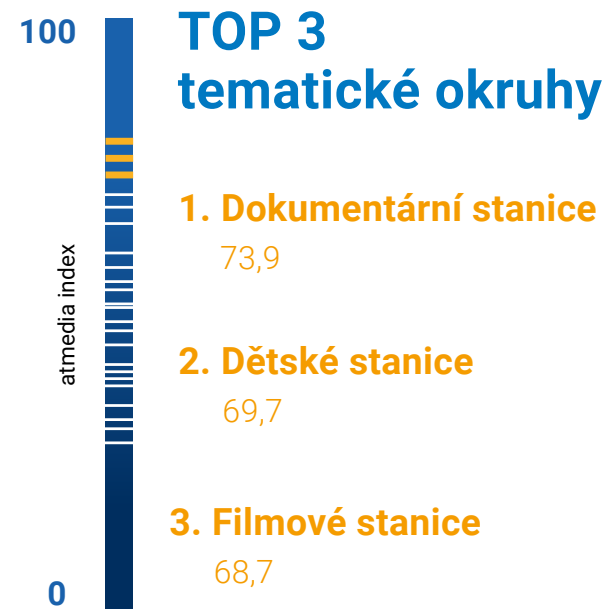
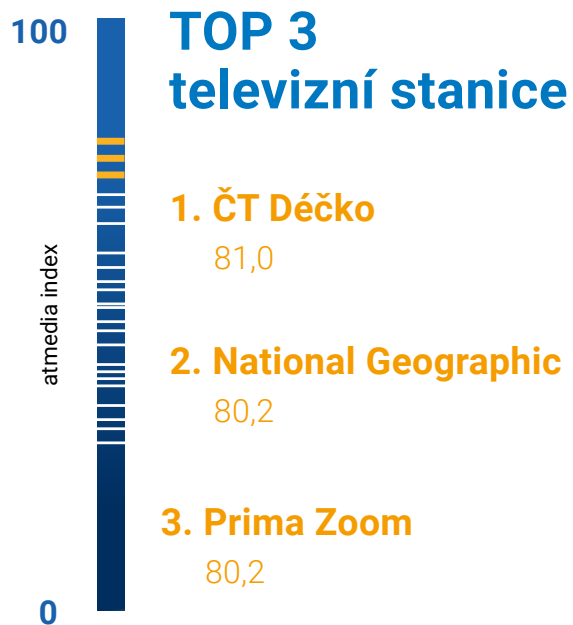
Stanice jsou rozděleny do 8 tematických okruhů. Můžete tak získat srovnání jednotlivých TV stanic v daném tematickém okruhu.

7kvalitativních
atributů

Diváci hodnotí stanice podle definovaných atributů a vy získáte srovnání, jak si konkrétní TV stanice u diváků v těchto parametrech vede v porovnání s ostatními stanicemi.

4 113
respondentů**2x**
sběr dat
(jaro/podzim)**13**
let zkušeností
s českým TV trhemRespondenti:  český národní panelSběr dat:  nielsen |  ADMOSPHERE

Nejlépe hodnocené televizní stanice a tematické okruhy očima diváků za rok 2020



*Stáhněte si shrnutí
základních výsledků
online zdarma*



www.atmedia.cz/atmedia-index-basic

Kontakt na obchodníky



Robert Martiška

Sales Director

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



Pavel Vávra

Account Manager

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

www.atmedia.cz

Mediální zastupitelství tematických televizních stanic