



atmedia 

OBCHODNÍ NABÍDKA
2024

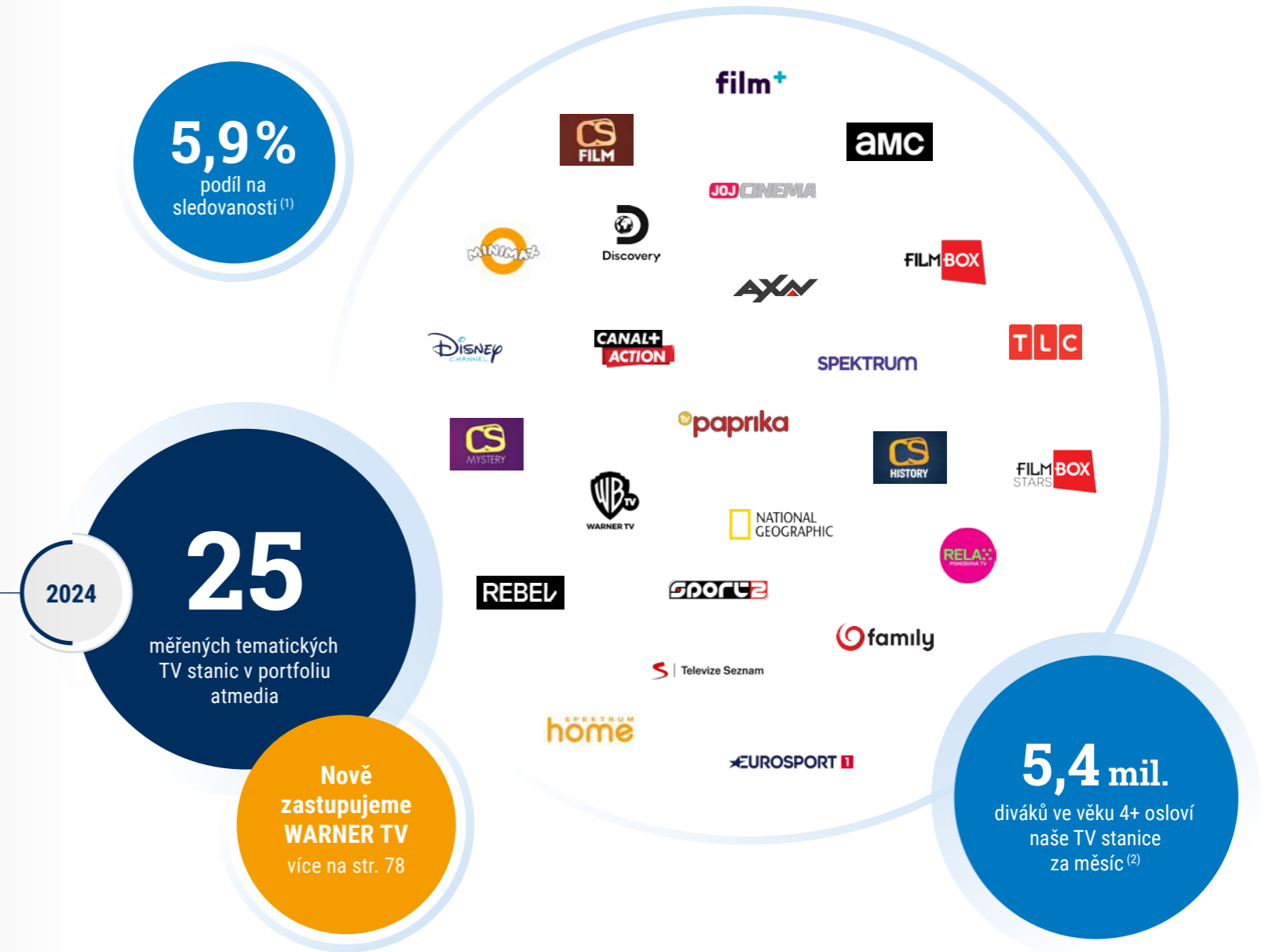
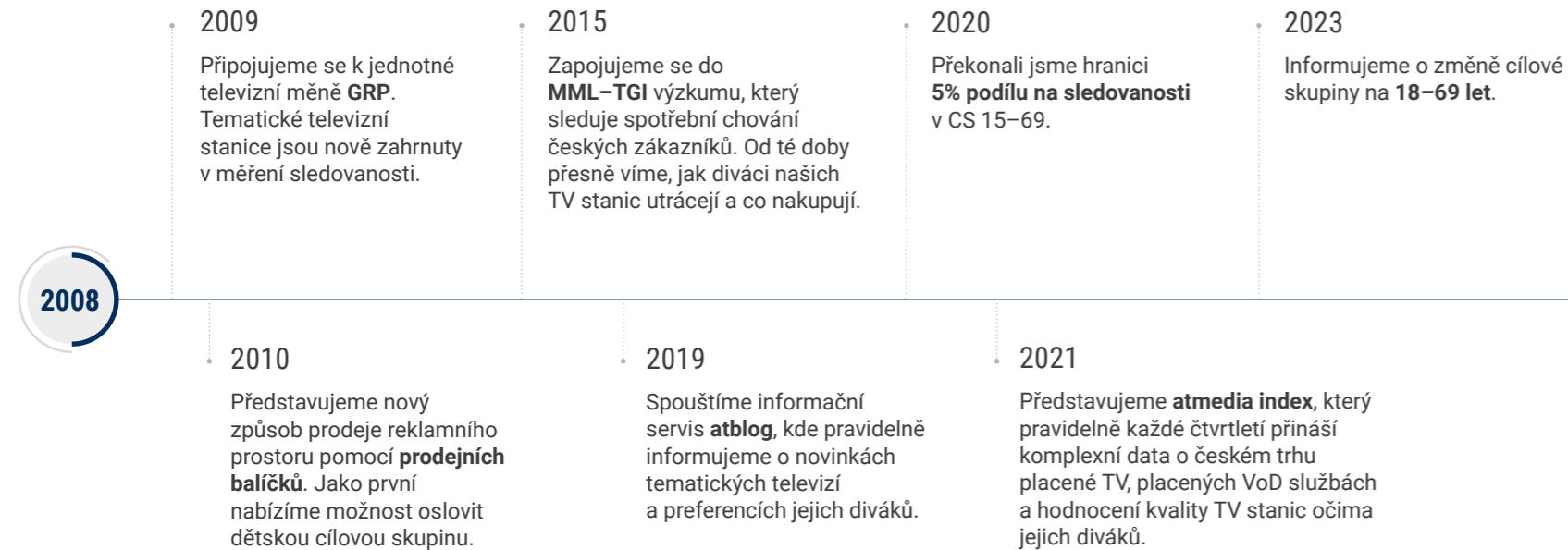
Atmedia obchodní nabídka 2024

Nabízíme řešení pro každou marketingovou výzvu	4
Proč se vyplatí inzerovat v televizi	6
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
Speciální formáty inzerce	34
Exkluzivní partnerství sportovních událostí	36
Sponzoring a product placement	46
02. Portfolio TV stanic	48
Vlastnosti TV stanic atmedia	50
Přehled reklamního portfolia TV stanic	52
03. Plánování & spolupráce (Ceník a další obchodní podmínky naleznete na konci publikace v samostatné brožuře)	

Kontakt na obchodníky

atmedia

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⁾ ANO – Nielsen, Živě + TS0-3, 2023, Share, CS 18-69, atmedia + AMC Networks + Seznam.cz TV
⁽²⁾ ANO – Nielsen, Živě + TS0-3, 2023, Reach 000, CS 4+, atmedia + AMC Networks + Seznam.cz TV

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

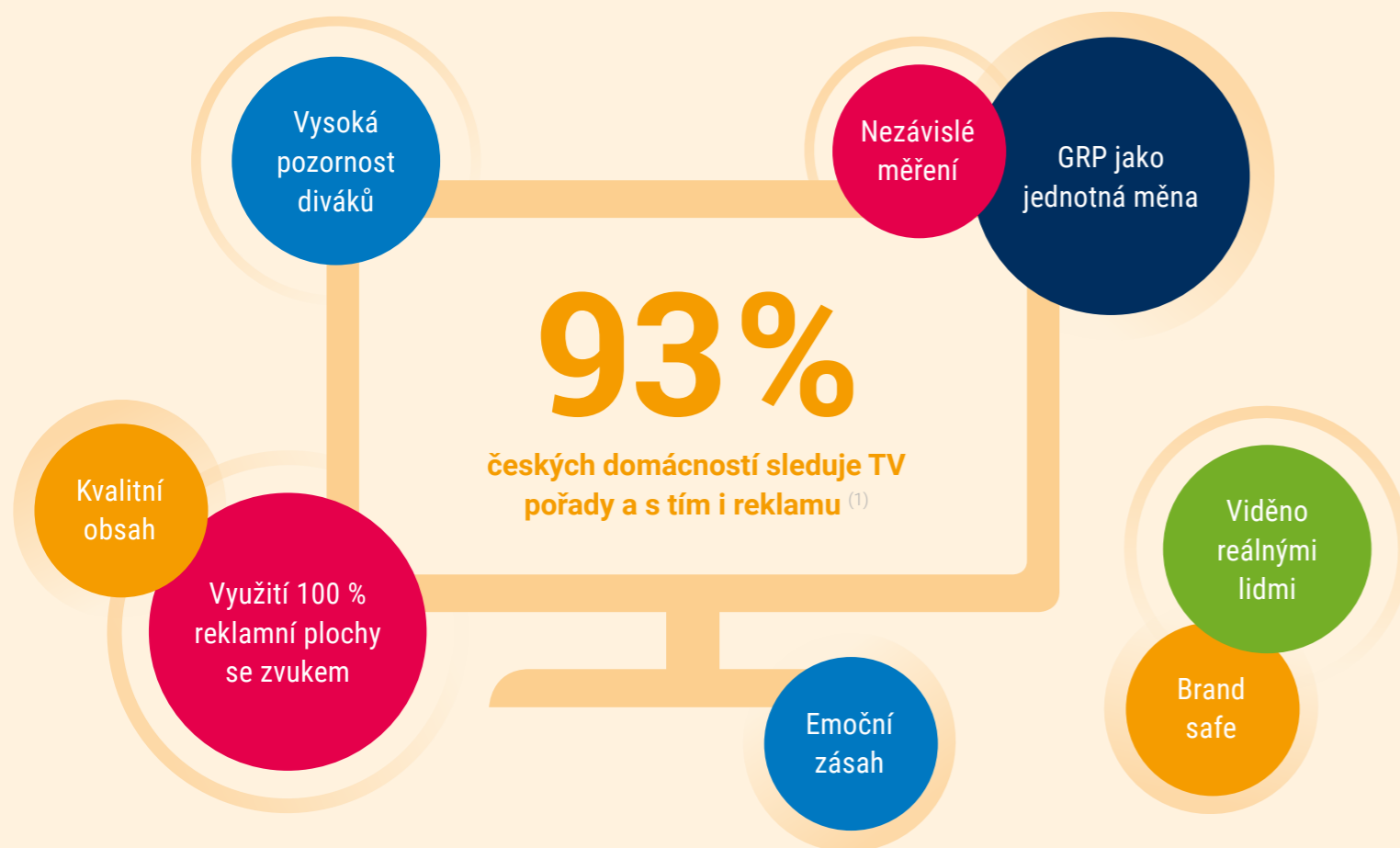
- > udržet nebo navýšit prodeje,
- > zvýšit frekvenci nákupů,
- > připomenout nákupní příležitost...

...anebo něco dalšího?

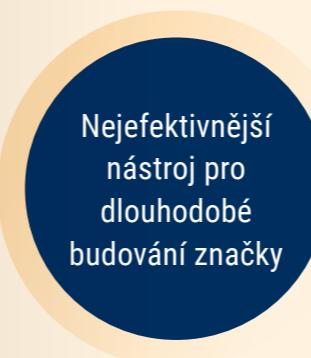
Televizní reklama na tematických stanicích atmedia nabízí efektivní řešení každé marketingové výzvy.

Proč se vyplatí inzerovat v televizi

Žádné jiné médium neumí v jeden okamžik oslovit tolik lidí, zaujmout jejich pozornost na tak dlouhou dobu, ani vryt se tolik do paměti diváka. Při správné kombinaci sdělení a jeho načasování dosahuje TV reklama výrazně vyšší efektivity než jiné typy médií.



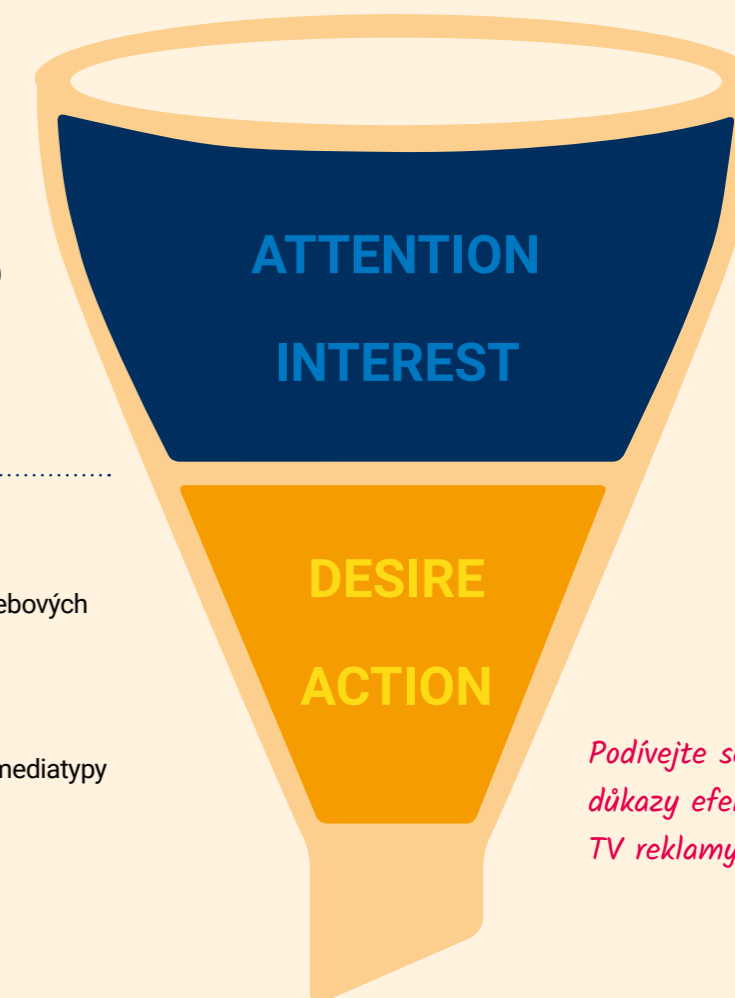
TV reklama funguje napříč nákupním trychtýřem



- > největší zásah potenciálních zákazníků
- > budování povědomí o značce
- > vysoká návratnost investic (ROI) v dlouhodobém horizontu
- > dlouhodobý efekt na tržby



- > okamžité zvýšení návštěvnosti webových stránek a mobilních aplikací
- > vysoká návratnost investic (ROI) v krátkodobém horizontu
- > tzv. haló efekt v synergii s jinými mediatypy
- > okamžitý nárůst tržeb



Podívejte se na další důkazy efektivity TV reklamy

1.

Televize oslovuje všechny věkové kategorie

TV reklamou můžete cílit na masové publikum, nebo využít tematické televizní stanice pro oslovení specifických skupin diváků. ⁽¹⁾



5,7 mil.

diváků ve věku 15+ sleduje denně televizi



66%
denní zásah
CS 18–69



42%
denní zásah
CS 18–34



70%
denní zásah
CS 35–54



83%
denní zásah
CS 55–69

2.

Televizi sledují diváci napříč generacemi

Diváci tráví sledováním televize několik hodin denně, díky tomu je z hlediska konzumace video obsahu médiem číslo jedna. ⁽²⁾



3 h. 37 min.

denně tráví diváci ve věku 15+ sledováním televize



3 h. 11 min.
CS 18–69



1 h. 26 min.
CS 18–34



3 h. 01 min.
CS 35–54



4 h. 58 min.
CS 55–69

⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Reach/den

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, ATS/den

3.

TV reklamě věnují diváci největší pozornost

Reklama na TV obrazovce přináší lepší výsledky než reklama na menších zařízeních díky využití 100 % plochy obrazovky a zapnutému zvuku. Televize je také vnímána jako důvěryhodný zdroj informací a reklama generuje největší emoční zásah. ⁽¹⁾

16 sekund

věnují diváci aktivní pozornost
televizní reklamě



Čím větší pozornost reklamě diváci věnují, tím déle ji udrží v paměti.

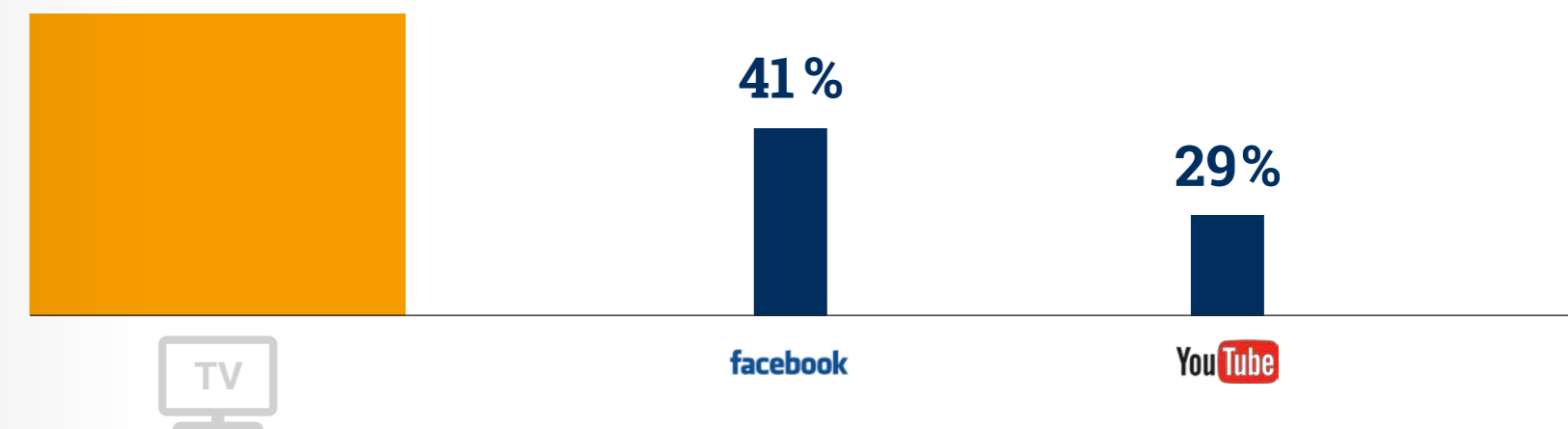
4.

TV reklama má nejvyšší zapamatovatelnost

Díky pozornosti, kterou diváci TV reklamě věnují, si ji dokáží lépe zapamatovat. To pomáhá značkám zůstat v paměti diváků delší dobu a posilovat povědomí o značce. ⁽²⁾

63%

diváků si vybaví TV reklamu
(spontánní znalost)



5.

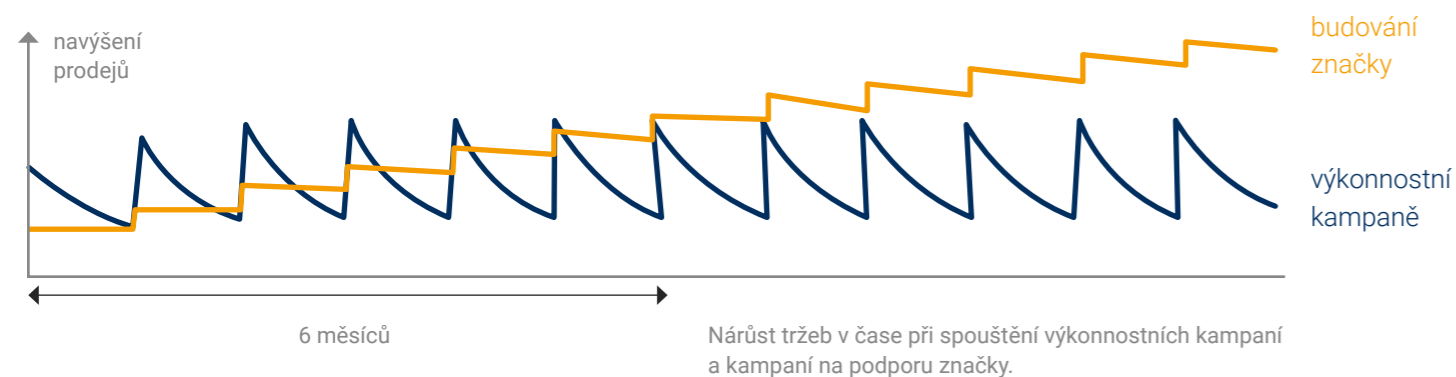
TV reklama je nejefektivnějším nástrojem budování silné značky

Kampaně na podporu značky ve výsledku pomáhají i výkonnostním kampaním, navíc jsou efektivním nástrojem pro překonání ekonomické krize. ⁽¹⁾

60:40

60 % reklamních investic by mělo směřovat na dlouhodobé budování značky, 40 % na výkonnostní kampaně

Pro každý sektor se poměr liší, stále však platí pravidlo – více investic by mělo směřovat do kampaní na podporu značky.



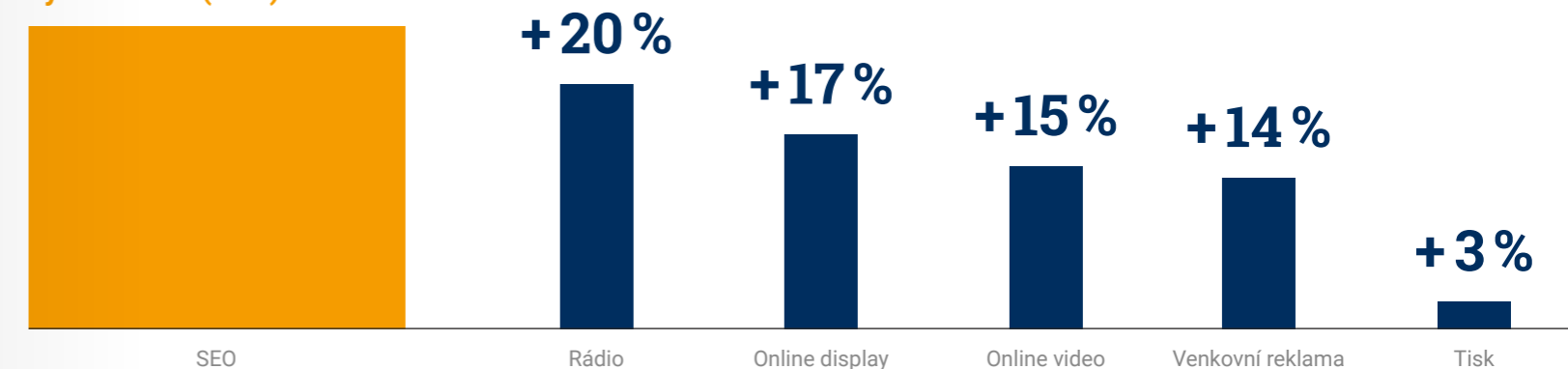
6.

Televizní reklama přináší tzv. haló efekt

TV reklama je katalyzátorem pro další mediatypy využívané v reklamní kampani. Po spuštění televizní reklamy se efektivita jednotlivých mediatypů zvyšuje. ⁽²⁾

23%

O tolik zvyšuje televizní reklama efektivitu online vyhledávání (SEO)

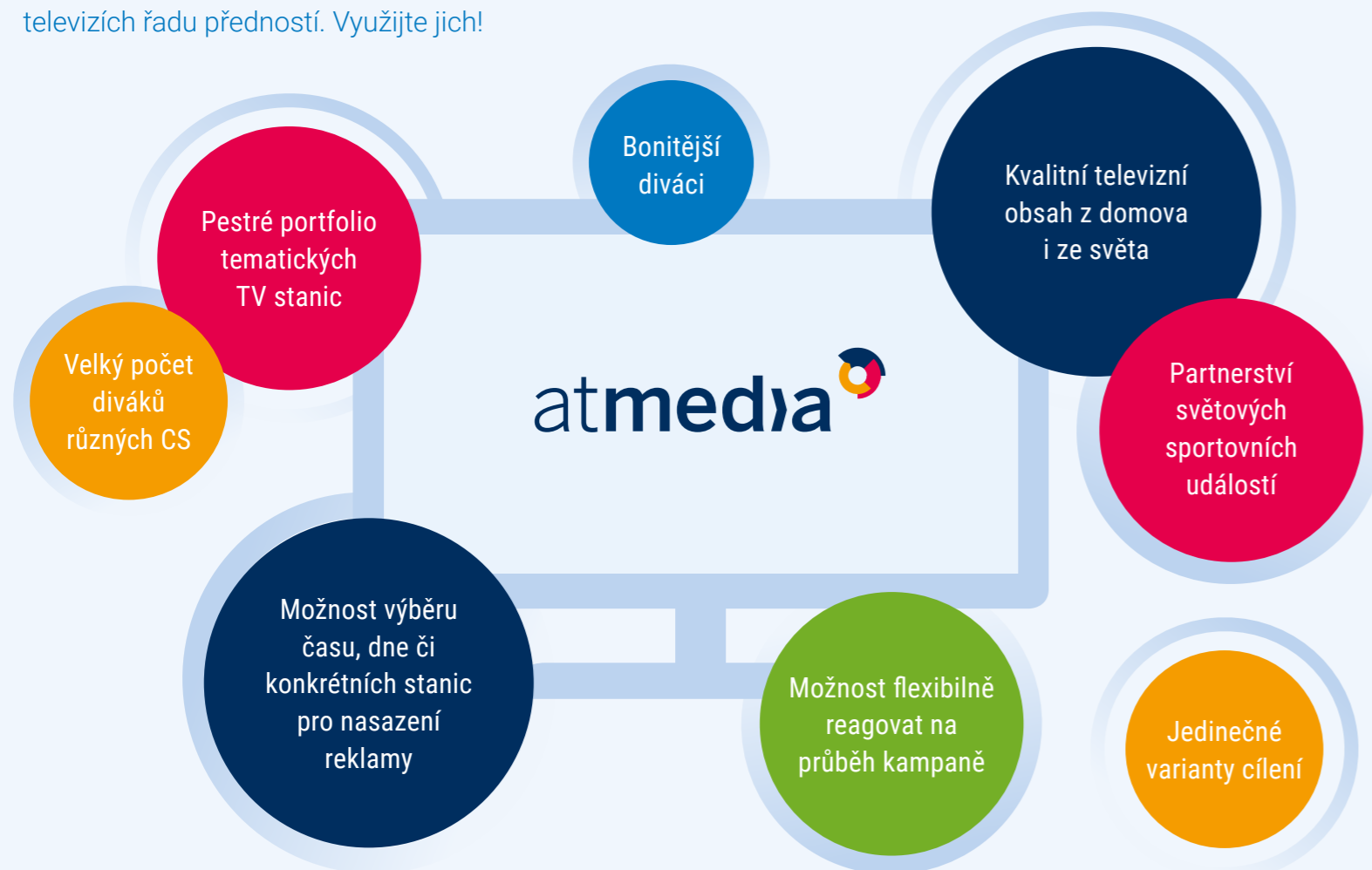


⁽¹⁾ IPA, Les Binet, Peter Field, Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era, 2017

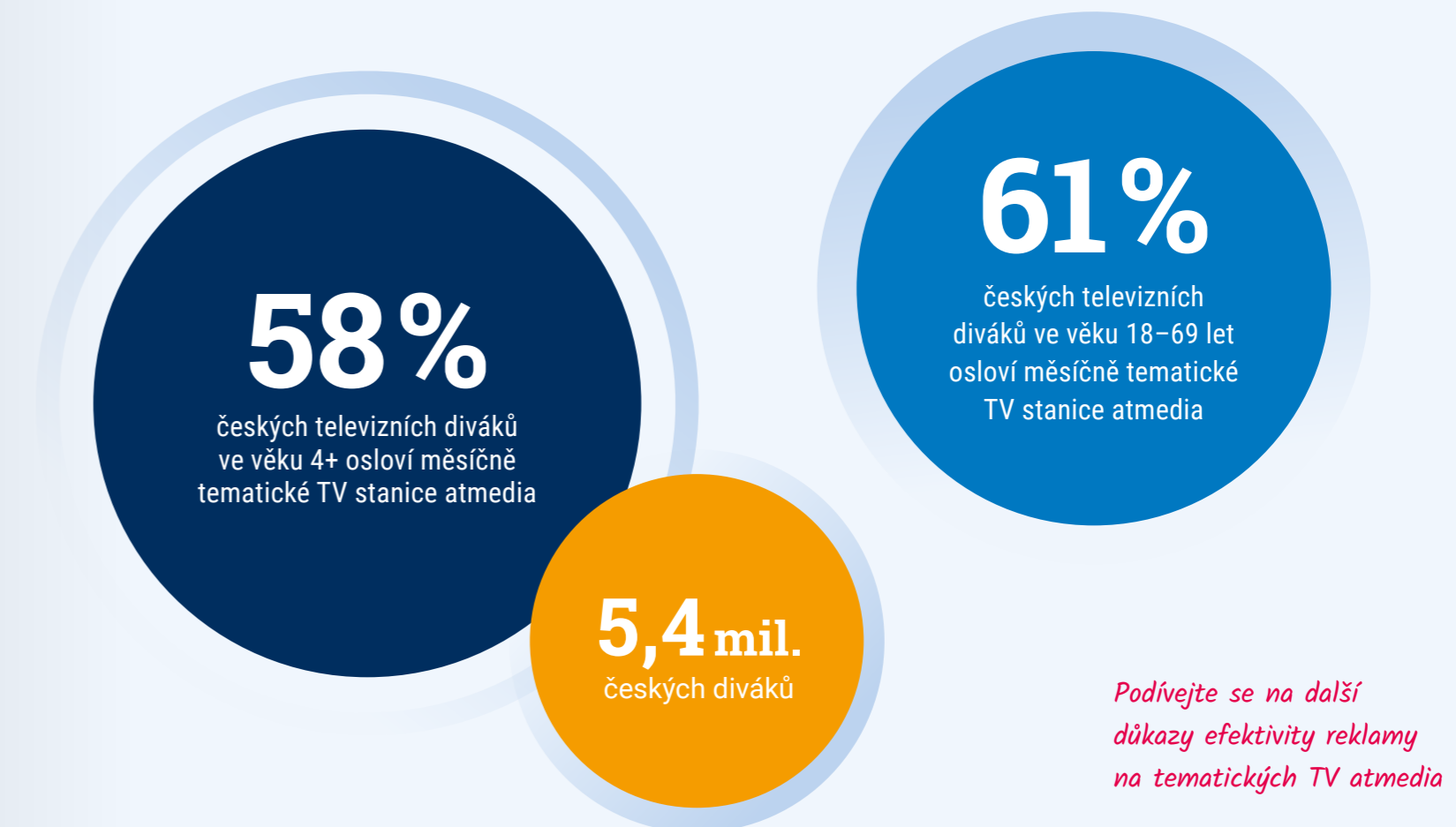
⁽²⁾ SNPTV / Ekimetrics, #ROITV3: TV, the cornerstone of an effective media strategy, 2021

Proč inzerovat na tematických televizních stanicích atmedia

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



Naše tematické TV stanice sledují tři pětiny českých diváků ⁽¹⁾



1.

Široké portfolio diváků a cílových skupin

Kombinací TV stanic umíme oslovit atraktivní cílové skupiny diváků.



Muži 25–54 let ⁽³⁾

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)



Diváci 25–54 let ⁽¹⁾

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)



Ženy 35–54 let ⁽⁴⁾

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)



Diváci 50–69 let ⁽²⁾

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)



Hospodyně s dětmi do 14 let ⁽⁵⁾

2.

Známe spotřební chování našich diváků

A víme, jak toho zadavatelé reklamy mohou efektivně využít. ⁽⁶⁾

do nejmenšího detailu



+ 11%

vyžívají pojištění domácnosti



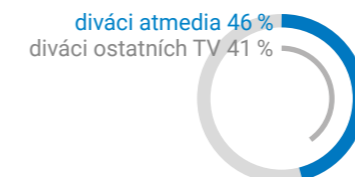
+ 7%

nakupují pomazánková másla



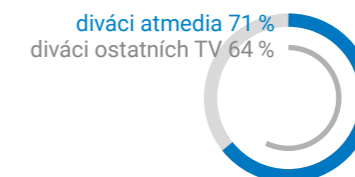
+ 4%

nakupují ochucené nápoje s obsahem CO2



+ 5%

nakupují léky proti rýmě



+ 7%

nakupují aviváže

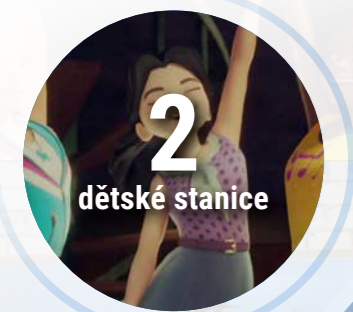
⁽¹⁻⁵⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pololetí 2023, TRPL 30s bloku, k CS 18–69, obchodní balíček atchoice (výběr 9 TV stanic)

⁽⁶⁾ MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2023, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

3.

Nejrozsáhlejší portfolio tematických televizních stanic na českém trhu

Chcete oslovit filmové fanoušky, seriálové televizní maratonce nebo zvědavé diváky se zájmem o vědu, historii, přírodu či kulturu? Nebo cílíte spíše na sportovní fandy míčů, raket, hokejek i rychlých aut, či diváky, kteří sledují nové trendy vaření, cestování a bydlení? Máme cílovku pro každého. Televizní reklamu můžete umístit na 25 měřených tematických TV stanicích.

2
dětské stanice5
volnočasových stanic

25

měřených tematických televizních stanic

5
dokumentárních stanic2
sportovní stanice9
filmových a seriálových stanic2
rodinné stanice

4.

Kvalitní obsah láká dobrou společnost, diváků i inzerentů

Hollywoodské filmy, světově populární seriály, dokumentární pořady o přírodě i vesmíru, animované dětské pořady, vrcholné sportovní události i life-stylové pořady se světovými celebritami. Tematické stanice zastupované atmedia mají ve světě zvučné jméno a jejich prvotřídní obsah vyhledávají bonitní divácké skupiny.

Tajemství oceánů

 NATIONAL GEOGRAPHIC


Matky

 FILMBOX STARS


Super drbna

 WARNER TV


LOH v Paříži 2024

 EUROSPORT


Lovci přízraků

 DISNEY CHANNEL

Proleťte se světem tematických TV stanic atmedia a nalad'te se na to, co si může naladit vaše cílovka.



The background is a solid red color. A vertical dotted white line runs down the center. There are several decorative circles of different colors and sizes: a large green circle in the top left, a yellow circle in the bottom left, a blue circle in the bottom center, a brown circle in the top right, and a smaller brown circle in the middle left.

01. PŘEHLED PRODUKTŮ

Jak můžete inzerovat na TV stanicích atmedia

Nabízíme nejrůznější reklamní formáty od klasických spotů po speciální inzerci.

REKLAMNÍ SPOTY



25 měřených TV stanic

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.

atmax

atchoice

atadults

atkids

nejvyšší
efektivita
kampaní

INDIVIDUÁLNÍ TV STANICE

Vedle obchodních balíčků nabízíme prodej TV reklamy i samostatně na jednotlivých televizních stanicích.

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.

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.



CS 18–69 1 GRP = 63 638 diváků

(tj. 1 % ze všech diváků cílové skupiny)⁽¹⁾

CS 4–14 1 GRP = 11 422 diváků

(tj. 1 % ze všech diváků cílové skupiny)⁽²⁾

atadults



Oslovte svojí nabídkou dospělé diváky na 23 tematických stanicích.



atkids



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



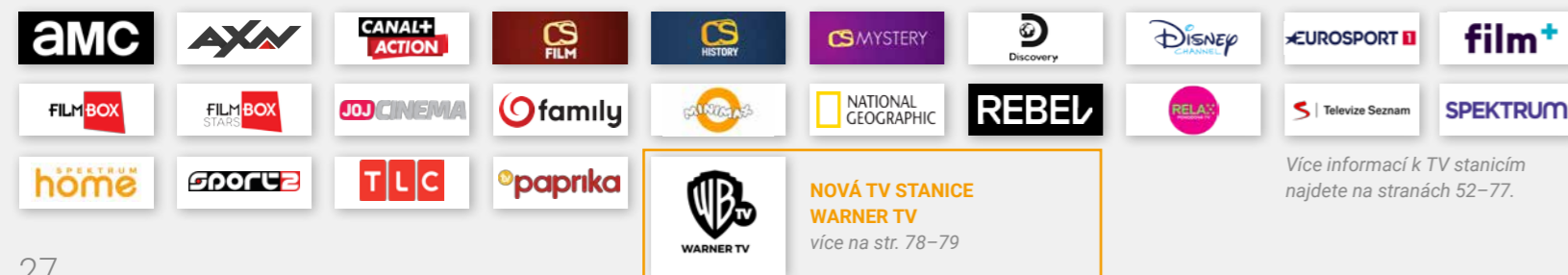
Škálování ukazuje vhodnost produktu pro řešení vaší marketingové výzvy.

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 25 měřených stanic v portfoliu atmedia.



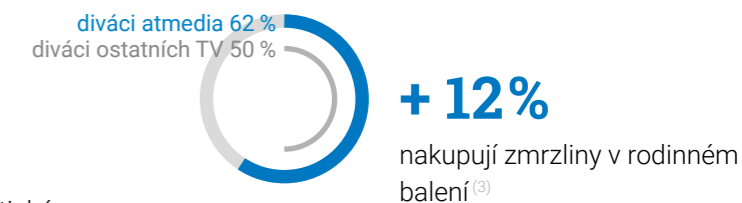
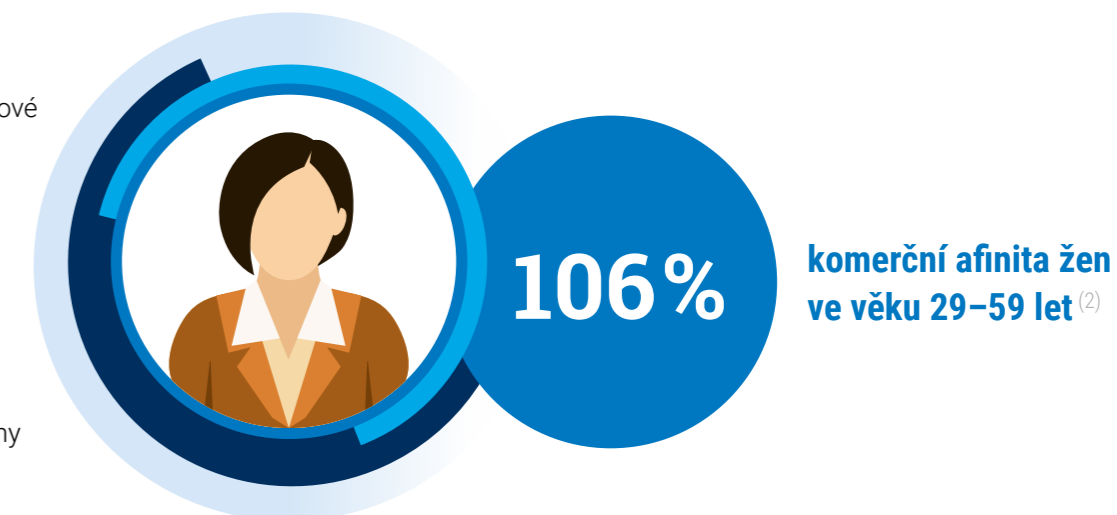
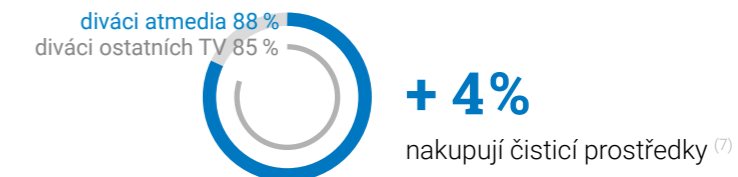
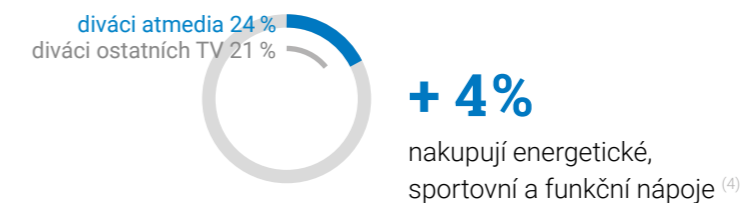
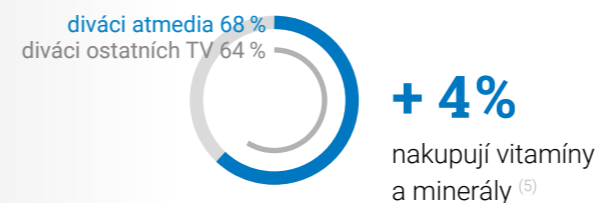
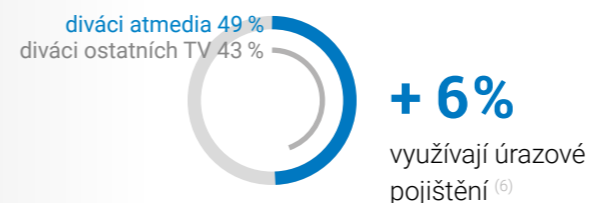
Když potřebujete	maximální zásah
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Stanice	kompletní portfolio 25 měřených TV stanic atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–77.

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.



⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Reach 000, CS 18–69, 4+, pouze TV reklama

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pololetí 2023, TRPL 30s bloku, k CS 18–69

^(3–7) MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2023, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

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.

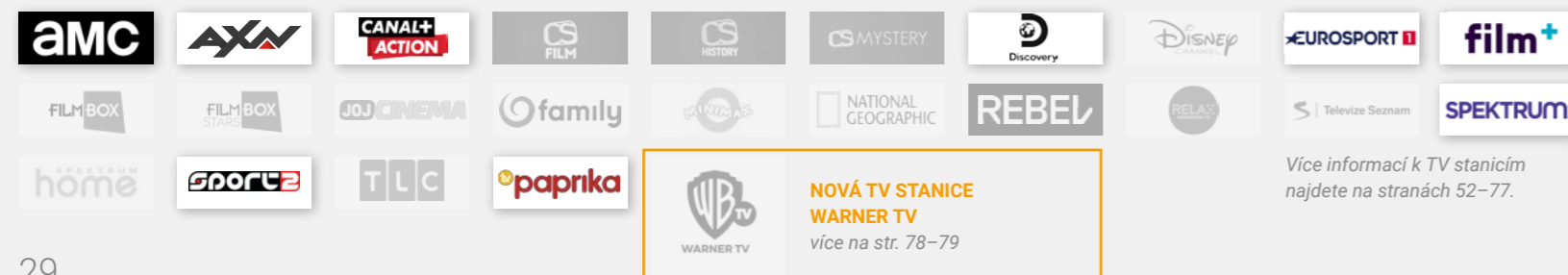


Když potřebujete	oslovit užší zájmovou skupinu
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Stanice	9 a více měřených TV stanic z portfolia atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ sestavení výběru stanic ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

Jak balíček atchoice funguje?

Příklad:
Muž ve věku 25–54 let s vysokými až středními příjmy

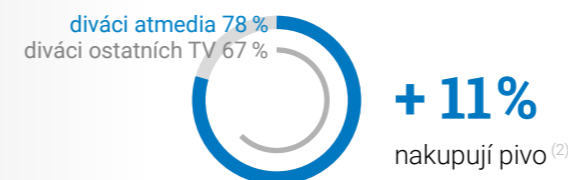
Představte si, že svojí kampaní chcete oslovit muže v produktivním věku s vysokými až středními příjmy (soc. ABC). Po konzultaci vám z portfolia našich tematických TV stanic vybereme nejméně 9, které sleduje vaše cílová skupina.



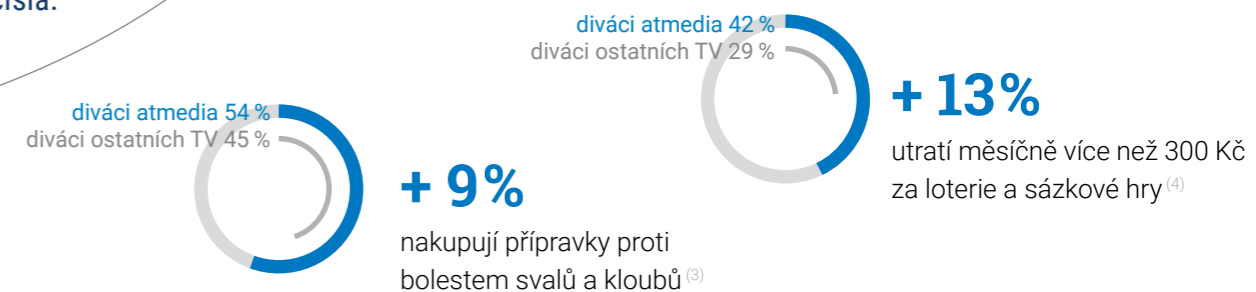
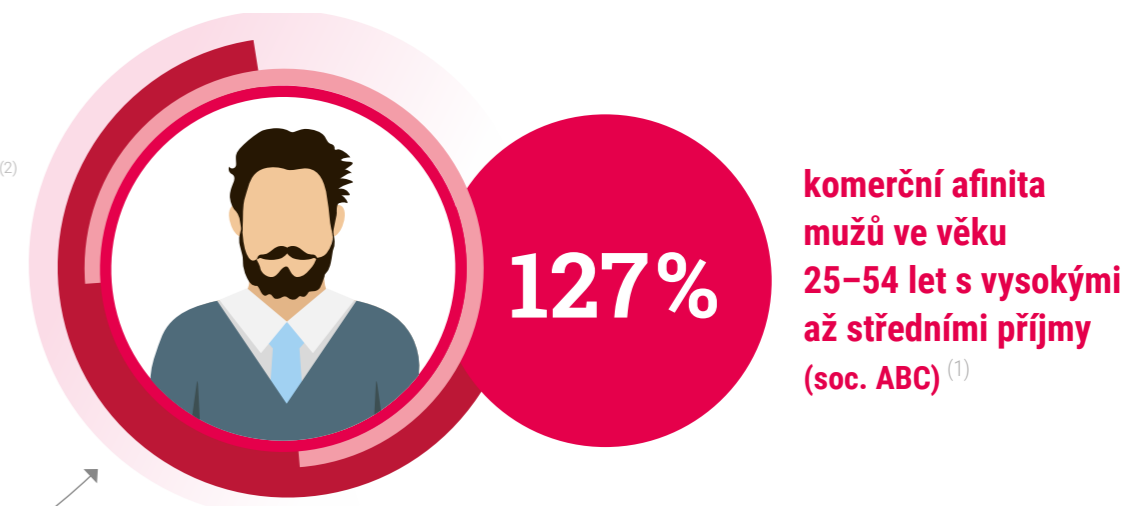
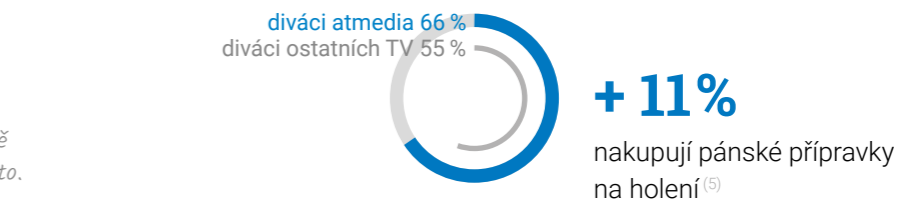
Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–77.

Oslovte co nejefektivněji specifickou cílovou skupinu diváků s balíčkem at**choice**

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



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



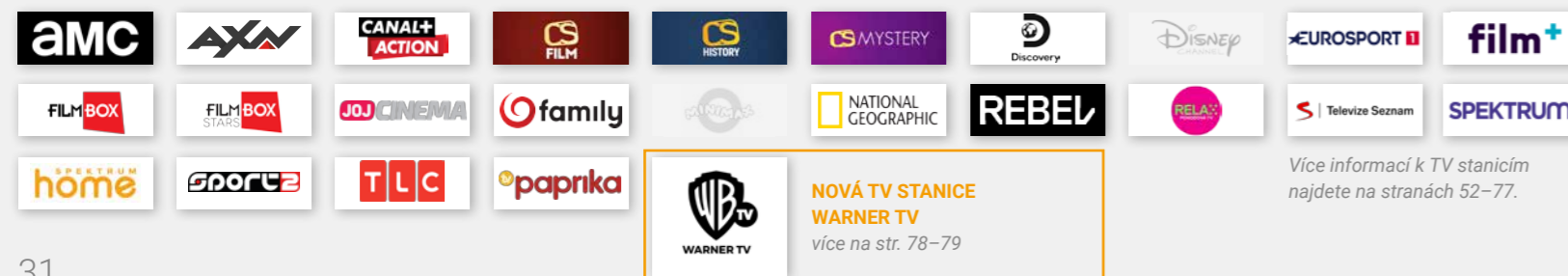
⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pololetí 2023, TRPL 30s bloku, k CS 18–69
^(2–5) MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2023, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

Balíček stanic atadults

Oslovte svou nabídkou dospělé diváky na 23 stanicích nejrůznějšího zaměření od filmových a seriálových přes sportovní až po dokumentární.



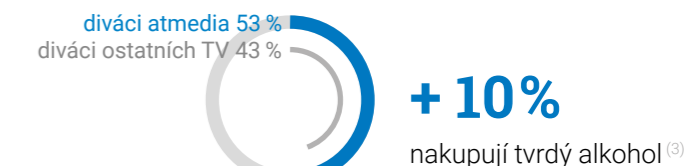
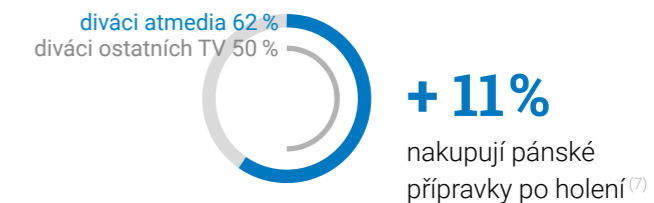
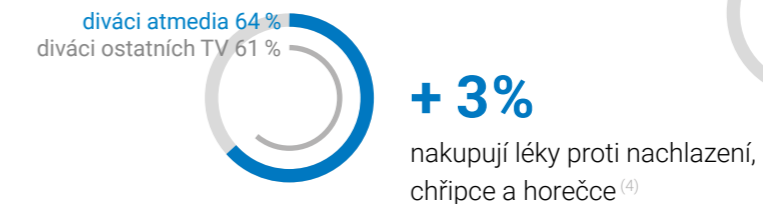
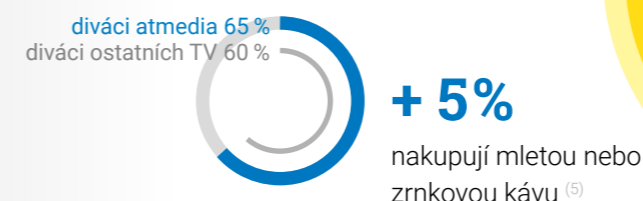
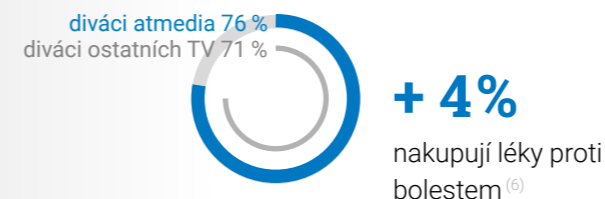
Když potřebujete	oslovit dospělé diváky
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Stanice	23 měřených TV stanic z portfolia atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–77.

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.



⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Reach 000, CS 18–69, 4+, pouze TV reklama

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pololetí 2023, TRPL 30s bloku, k CS 18–69

⁽³⁻⁷⁾ MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2023, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

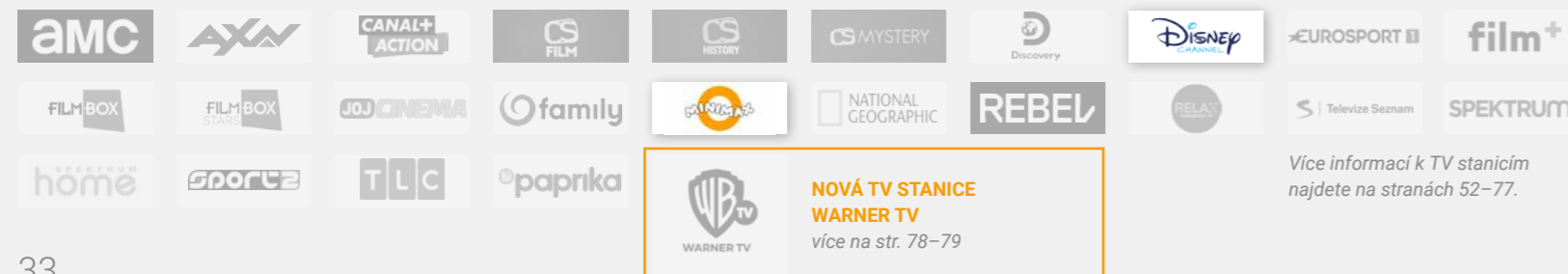
Balíček stanic atkids

Využijte jedinečné možnosti zaujmout reklamou dětské diváky i jejich rodiče.

Díky našemu unikátnímu balíčku atkids je můžete efektivně oslovit na 2 měřených dětských televizních stanicích.



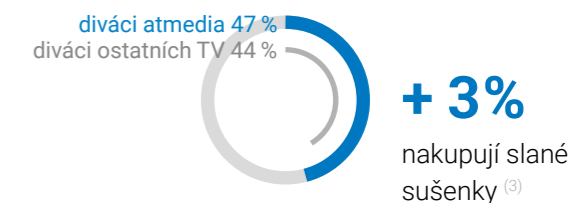
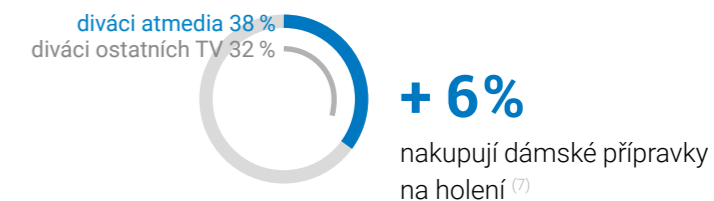
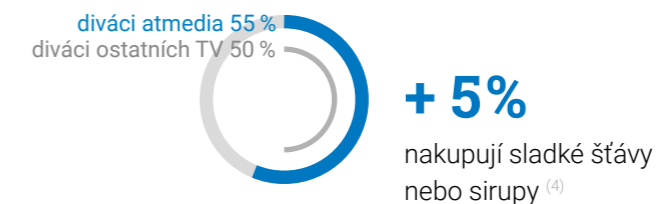
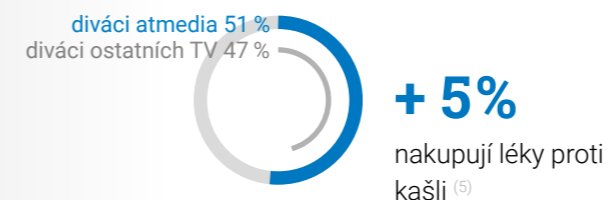
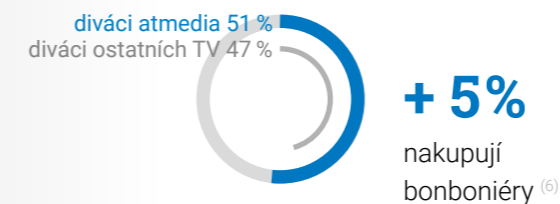
Když potřebujete	oslovit dětské diváky a jejich rodiče
Prodejní cílová skupina	4–14 let
Stanice	2 měřené dětské TV stanice z portfolia atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–77.

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.



⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Reach 000, CS 4–14, 4+, pouze TV reklama

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pololetí 2023, TRPL 30s bloku, k CS 4–14

⁽³⁻⁷⁾ MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2023, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

SPECIÁLNÍ FORMÁTY INZERCE

Využijte ve svém marketingu méně běžné cesty k oslovení své cílové skupiny. Vedle těch klasických nabízíme také sponzoring světových sportovních událostí – přes grandslamové turnaje Australian Open, Roland Garros a US Open a cyklistické závody Tour de France, Giro d'Italia či La Vuelta, až po největší sportovní událost roku – Letní olympijské hry v Paříži!

Partnerství světových sportovních událostí

Staňte se partnerem fotbalových utkání na Sport 2 nebo grandslamových turnajů, etapových cyklistických závodů a Letních olympijských her v Paříži, které vysílá TV stanice Eurosport 1. Oslovte především muže s vyššími příjmy.



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 svůj brand.



Exkluzivní partnerství sportovních událostí

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



Když potřebujete	budovat značku a zvyšovat povědomí o ní, především mezi mužskými diváky
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Atmedia servis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

až **500 tis.**
oslovených diváků
ve věku 18–69 let u největších sportovních událostí

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

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

Konkrétní reklamní formáty vám představíme na vyžádání.

- i** Oslovte atraktivní cílovou skupinu mužů v produktivním věku a prezentujte svůj produkt vedle významných sportovních událostí, které sledují miliony diváků – mnohé z nich pouze na Eurosport 1.



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–77.

> Cyklistika

Giro d'Italia, Tour de France, La Vuelta

> Fotbal

Evropská liga UEFA, Evropská konferenční liga UEFA, Kvalifikace na EURO, Liga národů, Coppa Italia, Copa del Rey, Süper Lig

> Motorsport

24 hodin Le Mans, Formule E

> Házená

Liga mistrů EHF, Evropský pohár EHF

> Tenis

Australian Open, Roland Garros, US Open

> Zimní sporty

SP v alpském lyžování, SP ve snowboardingu, SP v severské kombinaci, SP v běhu na lyžích, SP ve skocích na lyžích, SP v biatlonu, SP v akrobatickém lyžování, MS v biatlonu

Letní olympijské hry v Paříži

Největší sportovní událost roku na Eurosport 1! Stovky živých přenosů nejrůznějších sportovních disciplín od atletiky, plavání a gymnastiky až po cyklistiku nebo moderní pětiboj, ze kterých si vyberou i ti nejnáročnější sportovní fanoušci a fanky.

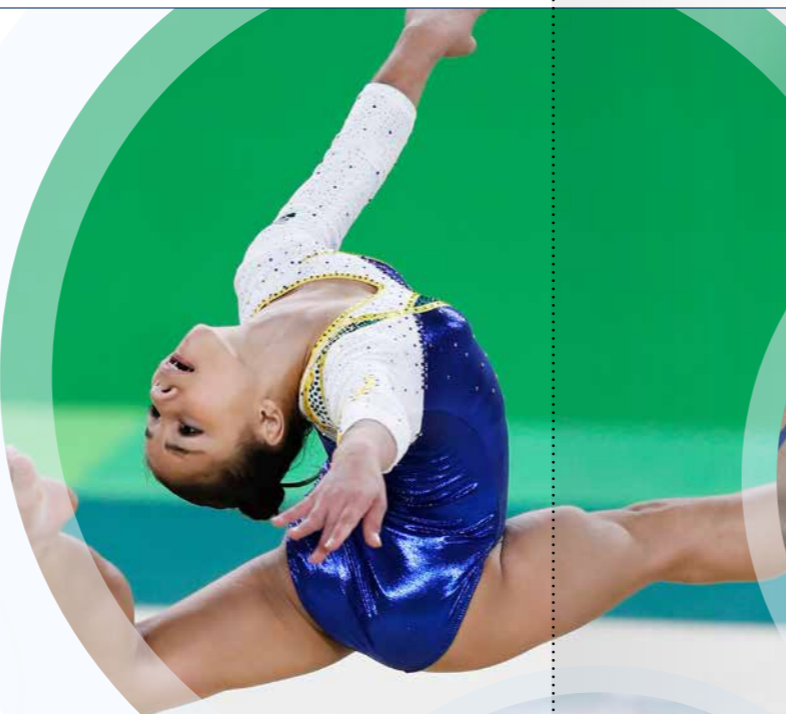
469 tis.

Zásah diváků ve věku 18–69 let ⁽¹⁾

Letní olympijské hry v Tokiu 2020 (2021)

250+

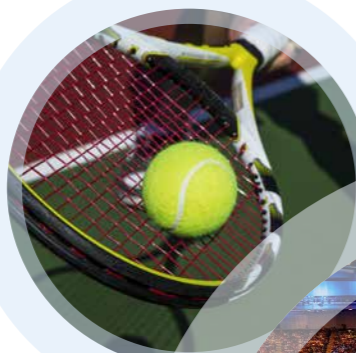
hodin živých přenosů



Grandslamové turnaje

Tenisový svátek Grand Slam patří k nejsledovanějším sportovním událostem sezóny. Roland Garros si nenechá ujít téměř půl milionu diváků.

Roland Garros



US Open
Exkluzivně pouze na


Australian Open
Exkluzivně pouze na




422 tis.

Zásah diváků ve věku 18–69 let ⁽¹⁾

Tenisový turnaj Roland Garros

154%

Afinita mužů ve věku 25–54 let s vysokými příjmy (soc. AB) ⁽²⁾

Cyklistické závody

Ty nejprestižnější etapové cyklistické závody ze série Grand Tour jako Giro d'Italia nebo La Vuelta mohou všichni cyklo nadšenci sledovat na Eurosport 1.

Tour de France



Giro d'Italia
Exkluzivně pouze na


La Vuelta
Exkluzivně pouze na


190 tis.

Zásah diváků ve věku 18–69 let ⁽³⁾

Cyklistický závod Tour de France

130%

Afinita mužů ve věku 25–54 let s vysokými příjmy (soc. AB) ⁽⁴⁾



⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Reach 000, CS 18–69, Roland Garros 2023, pouze živé přenosy

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Afinita, k CS 18–69, Australian Open 2023, Roland Garros 2023, US Open 2023, pouze živé přenosy

⁽³⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Reach 000, CS 18–69, Tour de France 2023, pouze živé přenosy

⁽⁴⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2023, Afinita, k CS 18–69, Giro d'Italia 2023, Tour de France 2023, La Vuelta 2023, pouze živé přenosy

Zimní sporty

Všichni milovníci zimních sportů si na našich sportovních stanicích najdou to své – třeba mezi diváky oblíbené alpské lyžování nebo skoky na lyžích.

SP v alpském lyžování



SP ve skocích na lyžích



SP v biatlonu



241 tis.

Zásah diváků ve věku 18–69 let ⁽¹⁾

Světový pohár v alpském lyžování

379%

Afinita mužů ve věku 25–44 let s vysokými příjmy (soc. AB) ⁽²⁾

Fotbal

Málokterý český fotbalový fanoušek si nechá ujít zápas, kde hrají „naši“. Díky tomu výrazně narůstá sledovanost a také efektivita reklamních kampaní.



Evropská liga UEFA & Evropská konferenční liga UEFA

1,44%

Podíl na sledovanosti v CS 18–69 ⁽³⁾

117%

Afinita mužů ve věku 25–44 let s vysokými příjmy (soc. AB) ⁽⁴⁾



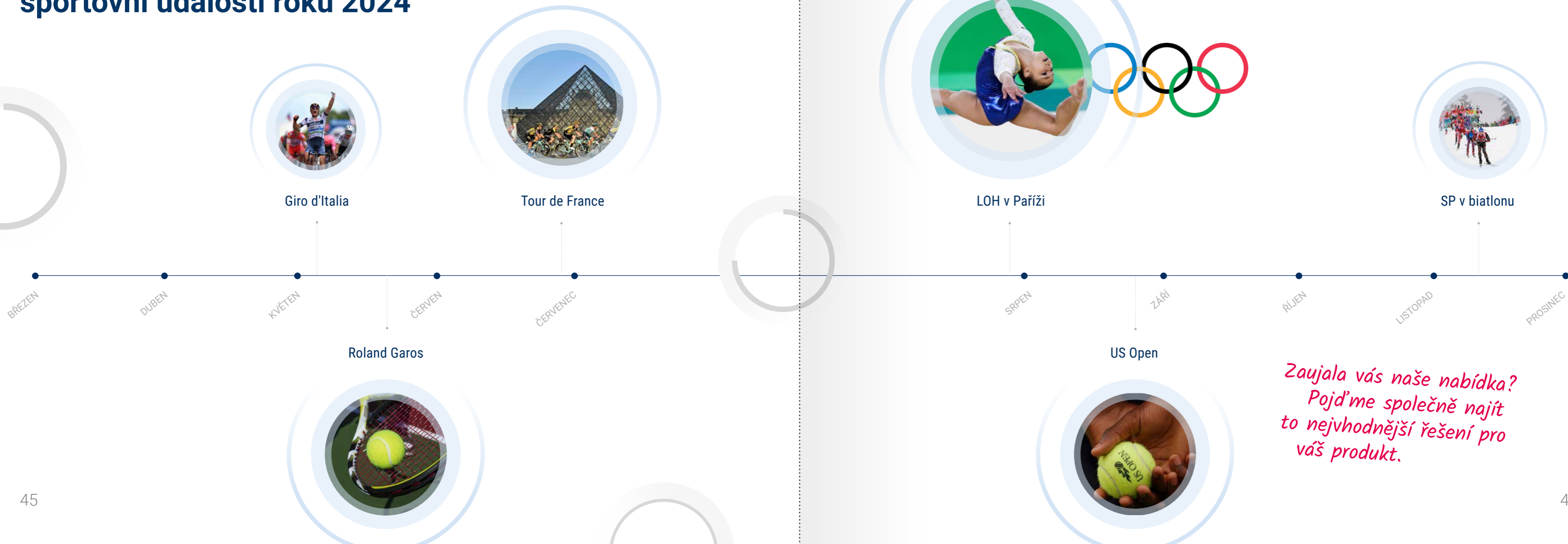
⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2022–2023, Reach 000, CS 18–69, Audi FIS Ski World Cup 2022–23, pouze živé přenosy

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2022–2023, Afinita, k CS 18–69, Audi FIS Ski World Cup 2022–23, Viessmann FIS Ski Jumping World Cup 2022–23, FIS Ski Jumping World Cup 2022–23, BMW IBU World Cup Biathlon 2022–23, pouze živé přenosy

⁽³⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 24. 8. 2023 – 14. 3. 2024, Share, CS 18–69, UEL–UECL 2023–24, pouze živé přenosy

⁽⁴⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 24. 8. 2023 – 14. 3. 2024, Afinita, k CS 18–69, UEL–UECL 2023–24, pouze živé přenosy

Nepropáste ty nejdůležitější sportovní události roku 2024



*Zaujala vás naše nabídka?
Pojďme společně najít
to nejvhodnější řešení pro
váš produkt.*

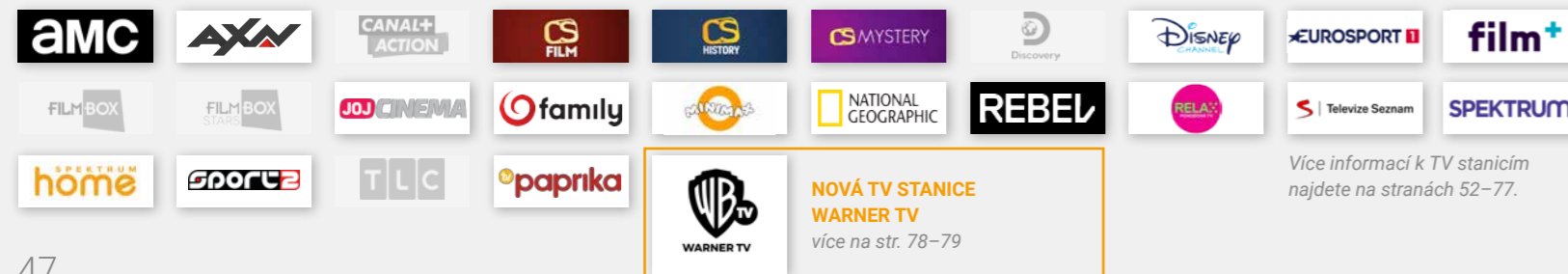
Sponzoring a product placement

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.



Sponzoring

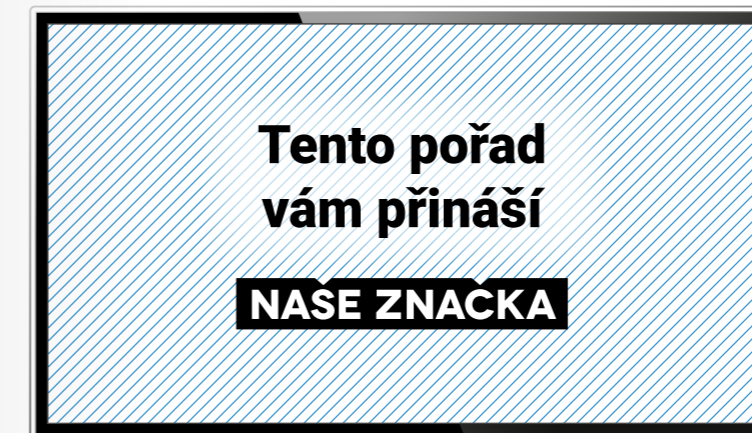
Budujte identitu svojí značky spojením s tematickými TV pořady, které s ní souzní. Umístění sponzorského vzkazu u konkrétního pořadu je velmi efektivní cestou, jak svoji značku zviditelnit.

- ✓ 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 možnosti 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“)



Více informací k TV stanicím najdete na stranách 52–77.



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 (PEEM). Efektivita televizní reklamy je měřena nezávislou třetí stranou. Výsledky jsou dostupné hned druhý den ráno po odvysílání.

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, kabelových a IPTV operátorů.

DOSTUPNOST REKLAMY



CZ

Vaši reklamní kampaň uvidí diváci v ČR.

CZ / SK

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

Některé TV stanice mají společný tzv. reklamní feed pro více států. V případě TV stanic v portfoliu atmedia jsou u některých TV stanic vysílány české TV spoty také na Slovensku.

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 & SERIÁLOVÉ

Atraktivní seriálové a filmové tituly pro diváky všech věkových kategorií.



RODINNÉ

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



SPORTOVNÍ

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



VOLNOČASOVÉ

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

Přehled reklamního portfolia televizních stanic

Stanice	Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Afinita typického diváka	atmax	atchoice	atadults	atkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	partnerství sport. událostí
AMC	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	533 000 (CS 18-69) 674 000 (CS 4+)	Divák 35-54	122 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
AXN	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	269 000 (CS 18-69) 374 000 (CS 4+)	Divák 30-59	104 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
CANAL+ Action	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	382 000 (CS 18-69) 518 000 (CS 4+)*	Divák 35-59	107 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●			
CS Film	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	694 000 (CS 18-69) 955 000 (CS 4+)	Divák 35-59	108 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
CS History	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dokumentární	179 000 (CS 18-69) 281 000 (CS 4+)	Muž 35-59	121 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
CS Mystery	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Dokumentární	567 000 (CS 18-69) 858 000 (CS 4+)	Muž 35-54	110 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
Discovery Channel	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dokumentární	161 000 (CS 18-69) 218 000 (CS 4+)	Muž 25-54	147 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●			
Disney Channel	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dětská	74 000 (CS 4-14) 201 000 (CS 4+)	Dítě 6-12	129 % (k CS 4-14)	●		●	●	●	●			
Eurosport1	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Sportovní	316 000 (CS 18-69) 470 000 (CS 4+)	Muž 25-54	117 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●	●	
Film+	Měřená	Placení operátoři	CZ	Filmová / seriálová	574 000 (CS 18-69) 735 000 (CS 4+)	Divák 35-54	116 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
FilmBox	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	1 100 000 (CS 18-69) 1 451 000 (CS 4+)	Divák 35-54	104 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●			
FilmBox Stars	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	437 000 (CS 18-69) 625 000 (CS 4+)	Divák 35-59	102 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●			
JOJ Cinema	Měřená	Placení operátoři	CZ	Filmová / seriálová	547 000 (CS 18-69) 721 000 (CS 4+)	Divák 35-54	105 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		

Stanice	Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Afinita typického diváka	atmax	atchoice	atadults	atkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	partnerství sport. událostí
family JOJ Family	Měřená	Volně šířená	CZ	Rodinná	1 252 000 (CS 18-69) 1 718 000 (CS 4+)	Divák 35-64	113 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
Minimax	Měřená	Placení operátoři	CZ	Dětská	64 000 (CS 4-14) 187 000 (CS 4+)	Dítě 4-9	116 % (k CS 4-14)	●			●	●	●			
National Geographic	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dokumentární	365 000 (CS 18-69) 519 000 (CS 4+)	Muž 25-54	101 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
REBEL	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Volnočasová	221 000 (CS 18-69) 256 000 (CS 4+)	Divák 35-64	133 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
RELAX	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Volnočasová	191 000 (CS 18-69) 334 000 (CS 4+)	Žena 40-64	126 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
Seznam.cz TV	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Rodinná	2 249 000 (CS 18-69) 3 096 000 (CS 4+)	Divák 35-64	110 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
Spektrum	Měřená	Placení operátoři	CZ	Dokumentární	161 000 (CS 18-69) 222 000 (CS 4+)	Muž 35-54	107 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●			
Spektrum Home	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Volnočasová	352 000 (CS 18-69) 502 000 (CS 4+)*	Divák 35-59	117 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
Sport 2	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Sportovní	279 000 (CS 18-69) 365 000 (CS 4+)*	Muž 25-54	157 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●	●	
TLC	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Volnočasová	82 000 (CS 18-69) 113 000 (CS 4+)	Žena 25-54	192 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●			
TV Paprika	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Volnočasová	55 000 (CS 18-69) 87 000 (CS 4+)	Žena 40-64	143 % (k CS 18-69)	●	●	●		●	●	●		
Warner TV	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Filmová / seriálová	<i>více na str. 78</i>			●	●	●		●	●	●		



AMC vyhledávají především milovníci zahraničních filmů a seriálů. Přináší jim totiž kultovní filmy s nejlepšími hollywoodskými herci, nejnovější blockbustery a snímky oceněné Oscary. Především mladším divákům jsou pak určeny celosvětově populární seriály z vlastní produkce AMC. Sledujte filmy z první řady na AMC!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–54 let

> Afinita 122 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

533 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
674 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

Lara Croft – Tomb Raider
Pot a krev
Tiché místo



AXN je stanice zaměřená na akci, napětí a dobrodružství. Program AXN divákům servíruje ty nejlepší hollywoodské filmy a seriály, kriminální příběhy či akční dramata. Vlajkovou lodí stanice jsou zejména cenami ověřené seriály z vlastní produkce, které udržují své fanoušky v napětí už několik sezón. Připojte se k nim i vy na AXN!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 30–59 let

> Afinita 104 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

269 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
374 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

NCIS
Vteřiny života
S.W.A.T.

CANAL+ ACTION

CANAL+ Action vtrhl na český televizní trh teprve vloni, ale od té doby si už stihl vybudovat široké publikum věrných diváků. Ti vedle akčních filmů a seriálů sledují na TV stanici také exkluzivní tituly, které jiné kanály ani streamovací služby nenabízí. Cílem CANAL+ Action je zkrátka poskytnout divákům tu nejlepší akci a napětí prostřednictvím kvalitního obsahu. Tam, kde ostatní končí, akce na CANAL+ Action začíná!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–59 let

> Afinita 107 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

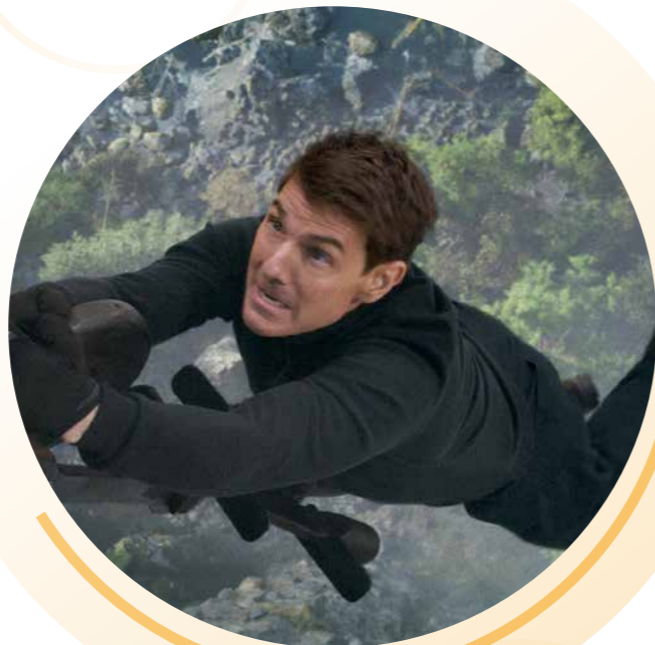
382 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
518 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

John Wick: Kapitola 4
Mission: Impossible
Světová válka Z



CS Film již téměř dvě dekády přináší divákům široký výběr českých a slovenských filmů. Ve svém programu zahrnuje širokou škálu žánrů včetně komedií, dramát nebo kriminálních příběhů, pokrývající období od 30. let 20. století až po současnost, včetně mnoha titulů z období po roce 1989. Nabízí tak rozmanitý mix klasických děl i moderních snímků, které oslovují jak starší, tak i mladší generace diváků. Poznejte Československo skrz televizní obrazovku!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–59 let

> Afinita 108 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

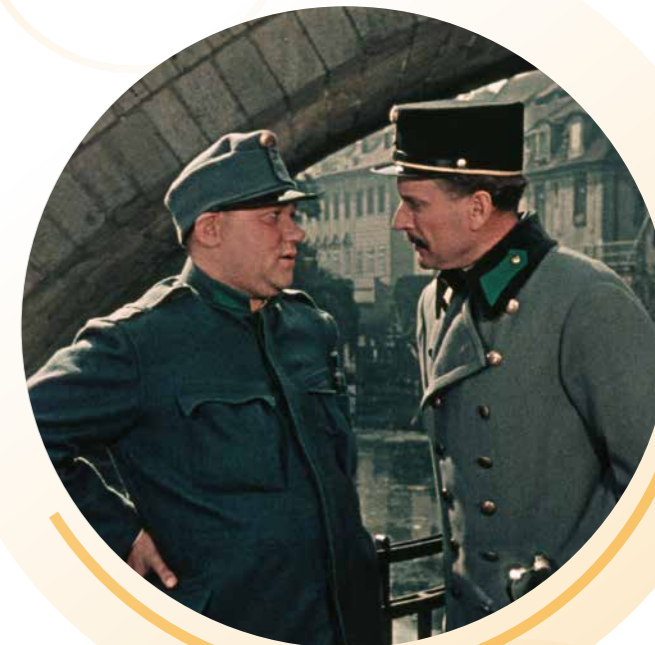
694 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
955 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

Černí baroni
Ducháček to zařídí
Všichni dobří rodáci



CS History už sedm let přináší českým divákům ty nejlepší historické dokumenty. Zaměřuje se zejména na velké zlomové události a zajímavé osobnosti, dějinné předěly či československou historii. Diváci tak mohou nahlédnout do historie skrz historické výjevy, velkolepé bitvy či technologické objevy. A to vše z pohodlí křesla svého obyvaku. Objevte i vy minulost na CS History!



dokumentární



Vlastnosti měřená placená CZ / SK

Typický divák

**Muž 35–59 let**

> Afinita 121 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví 179 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
281 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atchoice** **atadults**

TOP pořady:

První civilizace
Tajné nacistické základny
Tajné společnosti

CS MYSTERY

CS Mystery je dokumentární kanál zaměřený na záhady, historii či vzdálené kouty vesmíru. Nabízí také dramatické rekonstrukce zločinů, pořady o tajných spolcích nebo cestopisné dokumenty o vzdálených koutech Afriky, Austrálie nebo Asie. Na své si zde přijdou také milovníci paranormálních jevů, mimozemských civilizací a UFO. Tak přijďte věcem na kloub s CS Mystery!



dokumentární



Vlastnosti měřená volně šířená CZ / SK

Typický divák

**Muž 35–54 let**

> Afinita 110 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví 567 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
858 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atchoice** **atadults**

TOP pořady:

Okamžiky do katastrofy
Klimatická krize
Signály z neznáma



Discovery Channel je legendou mezi dokumentárními kanály. Diváci stanici sledují pro její špičkové pořady zaměřené na vědu, techniku a historii. S využitím nejnovějších technologií jim umožňuje ponořit se do tajů oceánů, prozkoumat nekonečný vesmír, a také proniknout do běžného života lidí a do fungování největších globálních organizací. Připojte se k Discovery a odhalujte svět, který je mnohým skryt!



dokumentární



Vlastnosti měřená placená CZ / SK

Typický divák

**Muž 25–54 let**

> Afinita 147 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví 161 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
218 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atchoice** **atadults**

TOP pořady:

Potápění za zlatem
Rození obchodníci
Špinavé práce



Disney Channel – dětská stanice známá svou kvalitou a originalitou, přinášející radost a zábavu do domácností po celém světě. Svým malým divákům nabízí bohatý výběr animovaných i hraných filmů a seriálů z vlastní produkce. Program zahrnuje moderní pohádky, dobrodružné příběhy a vzdělávací obsah, který je vhodný pro všechny věkové kategorie nejmenších diváků. Disney Channel je ideální volbou pro rodinnou zábavu a sdílení příjemných chvil s dětmi. Protože na Disney Channel je celý den na co koukat!



dětská



Vlastnosti měřená placená CZ / SK

Typický divák

**Dítě 6–12 let**

> Afinita 129 % (k CS 4–14 let)

Stanice osloví 74 000 diváků ve věku 4–14 let / měsíc
201 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atkids**

TOP pořady:

Kouzelná Beruška
a Černý kocour
Molly a duch
U Raven doma

EUROSPORT 1

Eurosport 1, nejpopulárnější evropská sportovní stanice, vyniká rozmanitostí sportovních disciplín. Eurosport 1 svým divákům nabízí ty nejsledovanější sportovní události, jako jsou tenisové Grand Slamy, cyklistické závody, sjezdové a klasické lyžování nebo největší sportovní akci roku 2024 – Letní olympijské hry v Paříži. S Eurosport 1 na ni máte místo v první řadě zaručeno!



sportovní



Vlastnosti



měřená



placená



CZ / SK

Typický divák

**Muž 25–54 let**

> Afinita 117 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

316 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
470 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax

atchoice

atadults

TOP pořady:

LOH v Paříži 2024
Roland Garros
Tour de France

film+

Film+ nabízí svým divákům bohatou nabídku akčních, dobrodružných, napínavých nebo komediálních filmů. Stanice je oblíbená především pro svůj výběr amerických a evropských kultovních filmů a minisérií. Ať už diváci hledají filmovou klasiku nebo trochu napětí, Film+ nabídne přesně to, co odpovídá jejich náladě. Film+, to je kladný hrdina ve světě filmu!



filmová / seriálová



Vlastnosti



měřená



placená



CZ

Typický divák

**Divák 35–54 let**

> Afinita 116 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

574 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
735 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax

atchoice

atadults

TOP pořady:

Agent v sukni
Zatím spolu, zatím živi
REVENANT
Zmrtvýchvstání



FilmBox – nejsledovanější placenou stanicí na českém trhu – nemusíme dlouze představovat. Divákům nabízí každý rok stovky premiér a zároveň osvědčené klasiky. Můžou se tak těšit na velké akční hity a nezávislé evropské filmy, včetně oblíbených českých snímků. Rozmanitý program stanice zahrnuje dobrodružné filmy, komedie, thrillery, dramata i seriály s hvězdným obsazením. Relaxujte u tradičních českých pohádek nebo si vyberte z amerických filmových evergreenů a otevřete (Film)Box plný zážitků!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–54 let

> Afinita 104 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

1 100 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
1 451 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

Prvok, Šampón, Tečka a Karel
Ranhojič
U mě dobrý



FilmBox Stars servíruje svým divákům ty nejlepší zahraniční romantické komedie, dramata, detektivní seriály, životopisné snímky či rodinné filmy. Odhalte složité případy v některé z legendárních detektivek, pusťte si nějakou romantiku. Nebo máte náladu spíše na český film? Tak to jste zde také správně. FilmBox Stars vás prostě hodí do nálady!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–59 let

> Afinita 102 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

437 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
625 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

Hercule Poirot
Laggies
Bábovky

JOJ CINEMA

JOJ Cinema je televizní stanice, která nabízí rozmanitý výběr filmů všech žánrů, od hollywoodských blockbusterů po evropské snímky. Stanice představuje kombinaci akčních filmů, dramát, komedií a dobrodružných příběhů, které splňují očekávání širokého spektra diváků. JOJ Cinema je ideální volbou pro ty, kteří hledají kvalitní filmovou zábavu a chtějí prozkoumat různorodý svět kinematografie. S JOJ Cinema nemusíte do kina, filmy přijdou až k vám domů!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–54 let

> Afinita 105 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

547 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
721 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



filmová / seriálová



TOP pořady:

Princezna
Vévoda z Wellingtonu
Krajina zlých

family

JOJ Family je rodinná televizní stanice, která nabízí širokou škálu pořadů vhodných pro všechny věkové kategorie diváků. Specializuje se na seriály, filmy pro celou rodinu a pořady vlastní produkce, které zahrnují oblíbené česko-slovenské tituly. JOJ Family je ideální pro diváky hledající pestrý program s důrazem na kvalitní rodinnou zábavu a emotivní příběhy ze života. JOJ Family – stanice, u které se všichni sejdete!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–64 let

> Afinita 113 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

1 252 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
1 718 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



rodinná



TOP pořady:

30 případů majora Zemana
Ranč
Kriminálka Kraj 2



Minimax je stanice, kterou milují nejmenší diváci. Nabízí jim totiž ty nejlepší animované i hrané pořady zahraniční produkce. Zaměřuje se především na zábavné a vzdělávací pořady, včetně populárních seriálů a filmů pro nejmenší. Stanice je ideální pro dětské diváky, kteří chtějí prozkoumat svět fantazie a dobrodružství v bezpečném televizním prostředí. Minimax – bezpečný svět fantazie!



dětská



Vlastnosti měřená placená CZ

Typický divák

**Dítě 4–9 let**

> Afinita 116 % (k CS 4–14 let)

Stanice osloví 64 000 diváků ve věku 4–14 let / měsíc
187 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atkids**

TOP pořady:

Jurský svět: Křídový kemp
Mimi šéf: zpátky ve hře
Život s tátou



National Geographic není třeba dlouze představovat. Už téměř 30 let je totiž stálicí mezi dokumentárními stanicemi, která přináší ty nejlepší záběry a reportáže z přírody, historické pořady nebo výpravy do vesmíru. Stanice je známá svou vysokou kvalitou produkce a schopností prezentovat složitá témata přístupným a zajímavým způsobem. Kanál často spolupracuje s předními vědci, průzkumníky a dokumentaristy, aby přinesl divákům jedinečný a informačně bohatý zážitek. National Geographic vás vezme na dobrodružnou cestu!



dokumentární



Vlastnosti měřená placená CZ / SK

Typický divák

**Muž 25–54 let**

> Afinita 101 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví 365 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
519 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atchoice** **atadults**

TOP pořady:

Letecké katastrofy
Evropa z výšky
Tajemství oceánů

REBEL

REBEL, to je nejtvrďší kanál na české televizní scéně. Jediná rocková televize u nás přináší svým divákům hudební klipy rockových klasiků i současných hvězd. Pásmo hudebních klipů je samozřejmě doplněno pravidelnými pořady pro všechny milovníky tvrdé muziky. Díky tomu vám neuteče žádná novinka ze světa kytarových rifů, černé barvy a dlouhých vlasů. REBEL vás naladí na tu správnou strunu!



volnočasová



Vlastnosti



měřená



volně šířená



CZ / SK

Typický divák



Divák 35–64 let

> Afinita 133 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

221 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
256 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults

TOP pořady:

TV Rockparáda
Metalmania
To byl ro(c)k

RELAX, to je televize plná dojemných příběhů, zajímavých pořadů a zábavy. Její diváci mají možnost uniknout od každodenního shonu a užít si oblíbené seriály a poutavé pořady. Především ženské publikum si může odpočinout u romantických seriálů, telenovel, detektivních příběhů, odpoledních kriminálek či kulinářských show. Dopřejte si každodenní dávku RELAXu!



volnočasová



Vlastnosti



měřená



volně šířená



CZ / SK

Typický divák



Žena 40–64 let

> Afinita 126 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

191 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
334 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults

TOP pořady:

Nespoutaný anděl
Doktor z hor
Wolffův revír

S | Televize Seznam

Seznam.cz TV nabízí kvalitní pořady pro celou rodinu. Každý si tam totiž vybere to, na co má zrovna chuť. Ať už to jsou zábavné a vzdělávací pořady, oblíbené soutěže nebo československé a zahraniční filmy a seriály. Stanice také pravidelně zařazuje do programové nabídky vlastní seriálovou tvorbu či klasické pohádky, které potěší malé i velké diváky. Tak se Seznamte!

Vlastnosti



Typický divák



Divák 35–64 let

> Afinita 110 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

2 249 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
3 096 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



rodinná



TOP pořady:

Zahradní proměny
Vražedná čísla
Případy detektiva
Murdocha

SPEKTRUM

Spektrum vysílá kvalitní dokumentární a vzdělávací pořady, které divákům přináší lepší poznání světa okolo nás. Nabídka pořadů je opravdu bohatá a na své si přijde každý divák, ať už hledá přírodopisné série, historické dokumenty nebo populárně naučné pořady. Je tak ideální volbou pro všechny, kdo mají zájem si rozšířit obzory a chtějí se dozvědět více o světě kolem sebe. Se Spektrum nakouknete za horizont událostí!

Vlastnosti



Typický divák



Muž 35–54 let

> Afinita 107 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

161 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
222 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax atchoice atadults



dokumentární



TOP pořady:

Život v sevření mrazu
Zvláštní a záhadné
LEGO Masters

SPEKTRUM
home

Spektrum Home je první tematickou stanicí ve střední a východní Evropě, která se zaměřuje na domov a zahradu. V nejrůznějších pořadech věnovaných nemovitostem, interiérovému designu, architektuře a zahradničení se diváci dozví spoustu zajímavých tipů, jak si vytvořit to nejužitečnější místo k životu. Kromě toho se mohou těšit také na klasické filmy, které doplňují večerní vysílací pásmo. Program TV stanice navíc brzy doplní vlastní tvorba! Spektrum Home zkrátka umí vykouzlit to správné „doma“!



volnočasová



Vlastnosti



měřená

volně
šířená

CZ / SK

Typický divák

**Divák 35–59 let**

> Afinita 117 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

352 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc

502 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax

atchoice

atadults

TOP pořady:

Dům snů

Architektura interiérů

Zahradníkův svět

SPORT 2



sportovní



Sport 2 láká především na zápasy českých hráčů těch nejlepších evropských fotbalových lig. Vedle toho pravidelně vysílá zápasy Ligy národů a kvalifikační duely na EURO nebo Mistrovství světa. Kromě toho si přijdou na své i fanové dalších fotbalových lig nebo ledního hokeje a házené. Stanice je domovem každého, kdo miluje sport a chce být ve víru dění. Za tím se totiž chodí na Sport 2!

Vlastnosti



měřená



placená



CZ / SK

Typický divák

**Muž 25–54 let**

> Afinita 157 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví

279 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc

365 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku

atmax

atchoice

atadults

TOP pořady:Evropská liga UEFA & Evropská
konferenční liga UEFA

Švédská hokejová liga

Tenisové WTA 250

TLC

TLC, to je mix pořádné zábavy a emocí. Program této televizní stanice je zaměřen na životní styl, rodinné hodnoty, kulinářské umění, zábavné formáty a autentické příběhy. Stanice si získala diváky zejména mezi ženami, které vyhledávají pořady o svatbách, vztazích nebo životních cestách a proměnách. TLC – vaše věrná kamarádka!

Vlastnosti  měřená  placená  CZ / SK

Typický divák



Žena 25–54 let

> Afinita 192 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví 82 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
113 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atchoice** **atadults**



volnočasová



TOP pořady:

90denní snoubenci

Sestry manželky

SOS: Zachraňte mi kůži

tv paprika

TV Paprika je to pravé místo pro všechny kuchaře a milovníky dobrého jídla. Diváci se mohou koukat přímo pod ruce těm nejlepším kuchařům jako je Jamie Oliver a Nigella Lawson, nebo si uvařit z lokálních potravin podle Markéty Hrubéšové či Gabo Kocáka. Právě kombinace zahraničních pořadů s vlastní tvorbou vytvoří ideální kombinaci chutí a vůní, které budete u obrazovky jen stěží odolávat. Tak otevřete nejlepší kuchařku jedním tlačítkem na ovladači!

Vlastnosti  měřená  placená  CZ / SK

Typický divák



Žena 40–64 let

> Afinita 143 % (k CS 18–69 let)

Stanice osloví 55 000 diváků ve věku 18–69 let / měsíc
87 000 diváků ve věku 4+ let / měsíc

Součást balíčku **atmax** **atchoice** **atadults**



volnočasová



TOP pořady:

Mistrovské pečení

Dezerty nepřekonatelné
Michaely

Od farmáře na talíř
s Markétou Hrubéšovou

Držte se, do našeho portfolia vtrhla Warner TV!

Ta od začátku dubna víří vody volně šířených tematických televizních stanic v Česku se svou širokou databází filmů a seriálů z produkce Warner Bros, které mají potenciál oslovit především mladší diváky. Z bohaté nabídky si ovšem vyberou všichni napříč generacemi. Spojte svoji značku s kvalitním obsahem!



Více GRPů

Díky rozšíření portfolia o Warner TV vám můžeme nabídnout ještě větší prostor pro vaše reklamní kampaně.



Spojení značky s kvalitním obsahem

Spojte svoji značku s kvalitním obsahem z produkce Warner Bros, který oslovuje široké spektrum diváků ve věku 25–59 let.



Oslovení mladších diváků

Máte jedinečnou příležitost oslovit mladší diváky, na které Warner TV cílí svou bohatou nabídkou populárních filmů a seriálů.



Vysoký zásah

Warner TV je volně šířený kanál, který může zdarma naladit a sledovat až 100 % televizních diváků v Česku. Neváhejte je oslovit svou nabídkou.



filmová / seriálová

Ten nejlepší mix filmů a seriálů na jednom místě

Jako první volně šířený kanál společnosti **Warner Bros. Discovery** v České republice přináší Warner TV divákům **exkluzivní obsah z bohatého katalogu** jednoho z největších mediálních domů na světě. Kromě klasického výběru filmů a seriálů čekají na diváky také **tematické večery**. Ti se tak mohou těšit třeba na **sci-fi úterky, páteční trháky nebo nedělní večery se superhrdiny**. Díky tomu je Warner TV ideální volbou pro všechny, kteří hledají kvalitní zábavu bez nutnosti předplatného.

Vlastnosti



měřená



volně šířená



CZ / SK

Typický divák



Divák 25–59 let

Součást balíčku

atmax

atchoice

atadults

Liga spravedlnosti
Zacka Snydera



Sestra



Super drbna





Proleťte se světem
tematických TV stanic
atmedia a nalad'te se na
to, co si může naladit vaše
cílovka.





03. PLÁNOVÁNÍ & SPOLUPRÁCE

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 pořídit 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 **dlouhodobě 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	17 400
individuální prodej	1 stanice z atadults	18–69	23 300
atkids (2 TV stanice)	Disney Channel, Minimax	4–14	17 200
atchoice (min. 9 z 23 TV stanic)	AMC, AXN, Canal+ Action, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Eurosport 1, Film+, FilmBox, FilmBox Stars, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, Seznam.cz TV, Spektrum, Spektrum Home, Sport 2, TLC, TV Paprika + Warner TV	18–69	21 600
atadults (23 TV stanic)	AMC, AXN, Canal+ Action, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Eurosport 1, Film+, FilmBox, FilmBox Stars, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, Seznam.cz TV, Spektrum, Spektrum Home, Sport 2, TLC, TV Paprika + Warner TV	18–69	19 200
atmax (25 TV stanic)	AMC, AXN, Canal+ Action, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Disney Channel, Eurosport 1, Film+, FilmBox, FilmBox Stars, JOJ Cinema, JOJ Family, Minimax, National Geographic, Rebel, Relax, Seznam.cz TV, Spektrum, Spektrum Home, Sport 2, TLC, TV Paprika + Warner TV	18–69	18 300

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH a jsou stanoveny 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.

Cena za product placement a speciální formáty partnerství sportovních událostí na Eurosport 1 a Sport 2 jsou individuální.

Kontaktujte naše obchodní oddělení, rádi vám připravíme cenovou nabídku.

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	TV stanice	Spotový prodej Cena za 1 spot (30 vteřin)	Sponzoring Cena za 1 sponzorský vzkaz
AMC	5 500	2 900	JOJ Family	10 900	6 000
AXN	3 500	1 800	Minimax	9 800	5 100
Canal+ Action	4 500	-	National Geographic	4 500	2 300
CS Film	5 500	2 900	Rebel	3 500	1 800
CS History	3 500	1 800	Relax	3 500	1 800
CS Mystery	5 500	2 900	Seznam.cz TV	10 900	6 000
Discovery Channel	3 500	-	Spektrum	3 500	1 800
Disney Channel	9 800	5 100	Spektrum Home	4 500	2 300
Eurosport 1	5 500	2 900	Sport 2	4 500	2 300
Film+	5 500	2 900	TLC	3 500	-
FilmBox	6 900	-	TV Paprika	3 500	1 800
FilmBox Stars	4 500	-	Warner TV	8 900	4 700
JOJ Cinema	4 500	2 300			

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).

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** u každé kampaně v případě, že klient vyžaduje časový odstup/omezení mezi jednotlivými spoty

Slevy


- > 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	Licence	Lehký alkohol (<20% podíl alkoholu: pivo, víno, apod.)	Tvrký alkohol (lihoviny)	Léčivé přípravky a lékárny	Erotika a sexualita*
 AMC	CZ	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
 AXN	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 CANAL+ Action	LU	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
 CS Film	CZ	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
 CS History	CZ	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
 CS Mystery	CZ	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
 Discovery Channel	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 Disney Channel	ES	NE	NE	NE	NE
 Eurosport 1	FR	ANO, ale jen v 18.00 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 Film+	CZ	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

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

Hazardní hry, loterie a sázky	Potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru, tuku a soli	Dětská a kojenecká výživa (Kendamil, Beba apod.)	Obchodní řetězce (Tesco, Penny, Kaufland apod.)	Fast Food restaurace a řetězce	VOD služby (HBO Max, Netflix, Voyo apod.)	Filmové trailery a proma
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	NE	NE	ANO
NE	NE	NE	NE	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	NE	NE	NE
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO

Stanice	Licence	Lehký alkohol (<20% podíl alkoholu: pivo, víno, apod.)	Tvrký alkohol (lihoviny)	Léčivé přípravky a lékárny	Erotika a sexualita*
 FilmBox	ES	ANO, ale jen v 20.30 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 FilmBox Stars	ES	ANO, ale jen v 20.30 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 JOJ Cinema	CZ	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
 JOJ Family	CZ	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
 Minimax	CZ	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	NE
 National Geographic	ES	ANO, ale jen v 20.30 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 Rebel	CZ	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
 Relax	CZ	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
 Seznam.cz TV	CZ	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
 Spektrum	CZ	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

Hazardní hry, loterie a sázky	Potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru, tuku a soli	Dětská a kojenecká výživa (Kendamil, Beba apod.)	Obchodní řetězce (Tesco, Penny, Kaufland apod.)	Fast Food restaurace a řetězce	VOD služby (HBO Max, Netflix, Voyo apod.)	Filmové trailery a proma
ANO	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
ANO	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽³⁾	NE	NE	NE	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽³⁾	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	ANO	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	ANO	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO

Stanice	Licence	Lehký alkohol (<20% podíl alkoholu: pivo, víno, apod.)	Tvrký alkohol (lihoviny)	Léčivé přípravky a lékárny	Erotika a sexualita*
 Spektrum Home	CZ	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
 Sport 2	CZ	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
 TLC	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	NE	ANO	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 TV Paprika	CZ	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
 Warner TV	CZ	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

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

⁽¹⁾ **Léčivé přípravky a lékárny:** Zákaz komunikace propagující léčiva na lékařský předpis a produkty péče o zdraví přímo cílené na dospělé a irelevantní pro děti a mladistvé (např. prostředky intimní hygieny, afrodiziaka, výživové doplňky, apod.). To samé platí pro komunikaci nabízející léčbu zdravotních problémů dospělých nebo problémů genderově specifických (např. vaginální infekce, nehtová mykóza, problémy s prostatou, apod.)

⁽²⁾ **Hazardní hry, loterie a sázky:** Komunikace propagující online kasina, sportovní sázky, bingo, poker či další hazardní hry je povolena jen na základě předchozího písemného souhlasu. Tato komunikace musí cílit na osoby starší 18 let.

Hazardní hry, loterie a sázky	Potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru, tuku a soli	Dětská a kojenecká výživa (Kendamil, Beba apod.)	Obchodní řetězce (Tesco, Penny, Kaufland apod.)	Fast Food restaurace a řetězce	VOD služby (HBO Max, Netflix, Voyo apod.)	Filmové trailery a proma
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	NE	NE	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO

⁽³⁾ **Potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru, tuku a soli:** Zákaz komunikace propagující potravinové zboží škodící zdraví zaměřené na děti a dospívající. Jedná se o potraviny s vysokým obsahem nasycených tuků, cukru, soli nebo sladidel (převážně sladkosti, průmyslové pečivo, energetické nápoje, džusy a šťávy nebo zmrzliny).

⁽⁴⁾ **Obchodní řetězce (Tesco, Penny Market, Kaufland apod.):** Omezení komunikace týkající se obchodních řetězců, které ve svém komerčním spotu propagují alkoholické nápoje. V případě komunikace nabízející alkoholické nápoje platí stejná konkrétní vysílací pravidla jako pro lehký alkohol (<20% podíl alkoholu: pivo, víno, apod.) a tvrdý alkohol (lihoviny).

⁽⁵⁾ **Filmové trailery a proma:** Zákaz komunikace propagující filmové ukázky a proma, která prezentují konkurenční mediální poskytovatele a konkurenční televizní skupiny.

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@extremereach.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

Team Atmedia

4

**výhodné obchodní
balíčky**

**Široké
portfolio diváků
a atraktivních
cílových skupin**

25

**měřených tematických
televizních stanic**

**5,4 mil.
diváků měsíčně**

**Nabídka
sponzoringu
světových
sportovních
událostí**

**Detailní
znalost
spotřebního
chování
diváků**

**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 týdne, infografiky nebo zajímavé články z prostředí televize. To vše najdete na našich komunikačních kanálech.

Sledujte nás na sociálních sítích a mějte přehled o novinkách ze světa televize.



@atmediaczech



atmediaczech



Atmedia Czech s.r.o.



www.atmedia.cz/atblog

Čísla týdne

- > 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 a VOD služeb 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

Pod značkou expert talks pravidelně přinášíme rozhovory s odborníky na mediální a televizní trh. S našimi hosty diskutujeme o nových trendech ve sledování televize, službách s videi na vyžádání, budoucnosti lineární televize, nebo rozdílech mezi českým trhem a dalšími trhy napříč Evropou. Věnujeme se i vývoji investic do reklamy anebo novinkám televizních skupin.

► expert talks



Martin Heržo
z TV skupiny JOJ
(Slovensko)



Wojciech Kowalczyk
z TV skupiny TVP
(Polsko)

Marcel Procházka
z Českých
Radiokomunikací

Martin Nováček
z mediální agentury
OMD Czech



Jaký dojem dělají české TV stanice na své diváky, nebo kolik Čechů sleduje Netflix?

Získejte komplexní data a informace o českém TV trhu a trhu VoD služeb. Přehledně, srozumitelně a pravidelně.

Placené VoD
služby

Hodnocení
kvality televizních
stanic

Placená
a neplacená TV

atmedia index

powered by atmedia

Placené VoD služby

Pravidelná studie o využívání placených VoD služeb v ČR.



42%

Čechů ve věku 15–69 využívá aspoň jednu placenou VoD službu (2. pol. 2023)



2/3

uživatelů placených VoD služeb sledují Netflix

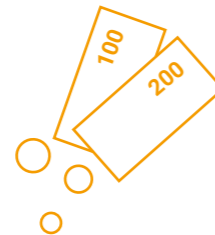
Placená a neplacená TV

Pravidelná studie o využívání placené a neplacené televize v ČR.



55%

českých TV diváků sleduje televizi prostřednictvím operátorů placené TV (2. pol. 2023)



395 Kč

v průměru diváci měsíčně platí za sledování TV (2. pol. 2023)

Hodnocení TV stanic

Srozumitelný ukazatel kvality televizních stanic působících na českém trhu TV reklamy.



64

televizních stanic

8

tematických okruhů

7

kvalitativních atributů

až **8000**
respondentů 15–69 let

až **4x**
ročně sběr dat

Respondenti: český národní panel
Sběr dat metodou CAWI: RESOLUTION

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