



OBCHODNÍ NABÍDKA 2025

4,2 mil.
diváků měsíčně

**Široké
portfolio diváků
a atraktivních
cílových skupin**

**Nabídka
sponzoringu
světových
sportovních
událostí**

4
výhodné obchodní
balíčky

**Pravidelný
informační servis
o českém TV trhu**

**Detailní
znalost
spotřebního
chování
diváků**

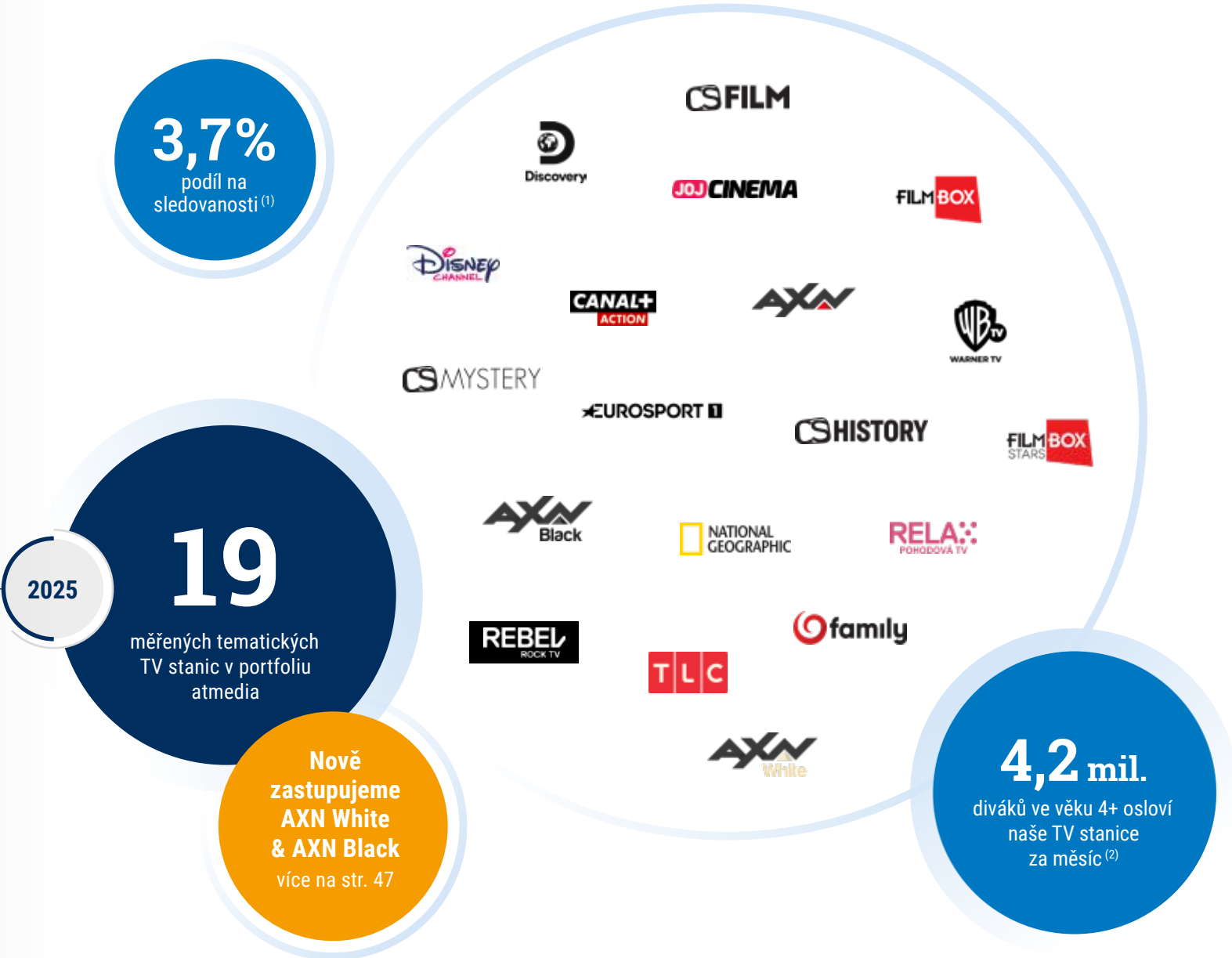


Atmedia obchodní nabídka 2025

Proč inzerovat na tematických televizních stanicích atmedia	4
01. Přehled produktů	10
Jak můžete inzerovat na TV stanicích atmedia	12
Obchodní balíčky	14
Balíček stanic atmax	16
Balíček stanic atchoice	18
Balíček stanic atadults	20
Balíček stanic atkids	22
Speciální formáty inzerce	24
Exkluzivní partnerství sportovních událostí	26
Sponzoring a product placement	30
02. Portfolio TV stanic	32
Vlastnosti TV stanic atmedia	34
Přehled reklamního portfolio TV stanic	36
03. Plánování & spolupráce	48
Kontakt na obchodníky	



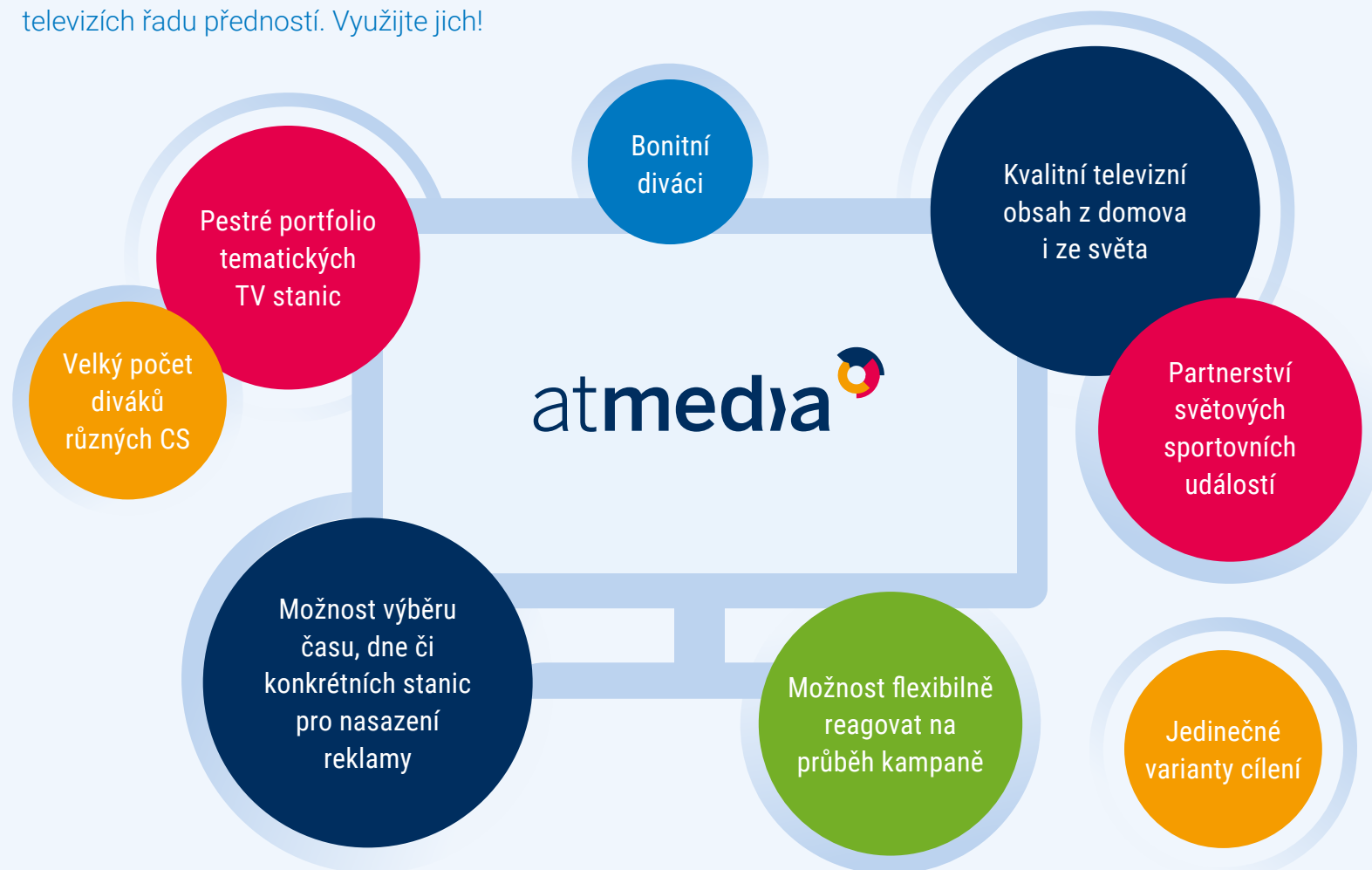
Prodáváme reklamní prostor na tematických televizních stanicích.
Na českém trhu působíme již od roku 2008 a neustále hledáme nové cesty,
jak co nejefektivněji oslovit vaše zákazníky.



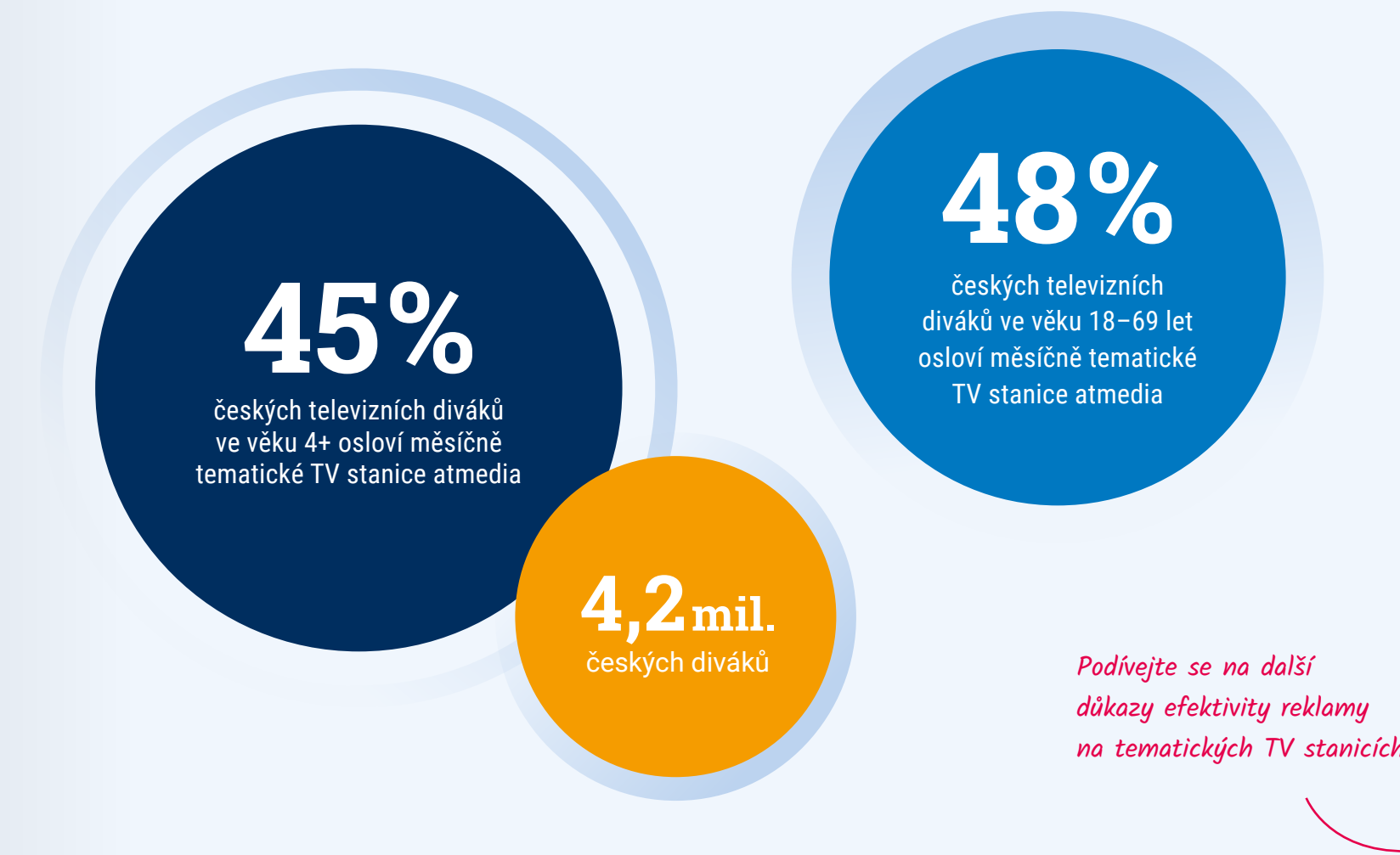
⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Share, CS 18–69, atmedia
⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 4+, atmedia

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 sleduje téměř polovina českých diváků ⁽¹⁾



1.

Široké portfolio diváků a cílových skupin

Kombinací TV stanic umíme oslovit atraktivní cílové skupiny diváků. ⁽¹⁾



Muži 35–54 let



Diváci 35–54 let

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)



Diváci 50–69 let

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)



Diváci 25–54 let

> s vysokými až středními příjmy (soc. ABC)
> z větších měst (nad 20 tis. obyvatel)



Ženy 35–54 let

2.

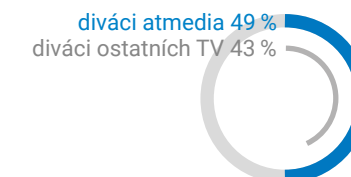
Známe spotřební chování našich diváků

A víme, jak toho zadavatelé reklamy mohou efektivně využít. ⁽²⁾



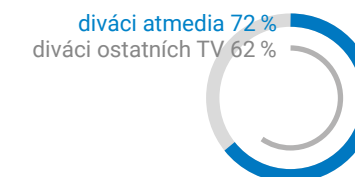
+ 10%

vyžívají pojištění domácnosti



+ 6%

nakupují léky proti kašli



+ 10%

nakupují aviváže



+ 8%

nakupují pomazánková másla



+ 7%

nakupují mletou či zrnkovou kávu

⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pol. 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69, balíček atchoice (7 vybraných TV stanic atmedia)

⁽²⁾ MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2024, 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 raket, lyží i rychlých kol, či diváky, kteří sledují nové trendy vaření a cestování? Máme cílovku pro každého. Televizní reklamu můžete umístit na 19 měřených tematických TV stanicích.

1

dětská stanice

3

volnočasové stanice

19

měřených tematických televizních stanic

4

dokumentární stanice

1

rodinná stanice

1

sportovní stanice

9

filmových a seriálových stanic

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 zvoučné jméno a jejich prvotřídní obsah vyhledávají bonitní divácké skupiny.

Chuť domova
s Antonim Porowskim

 NATIONAL GEOGRAPHIC

Uklízečka



Roland Garros

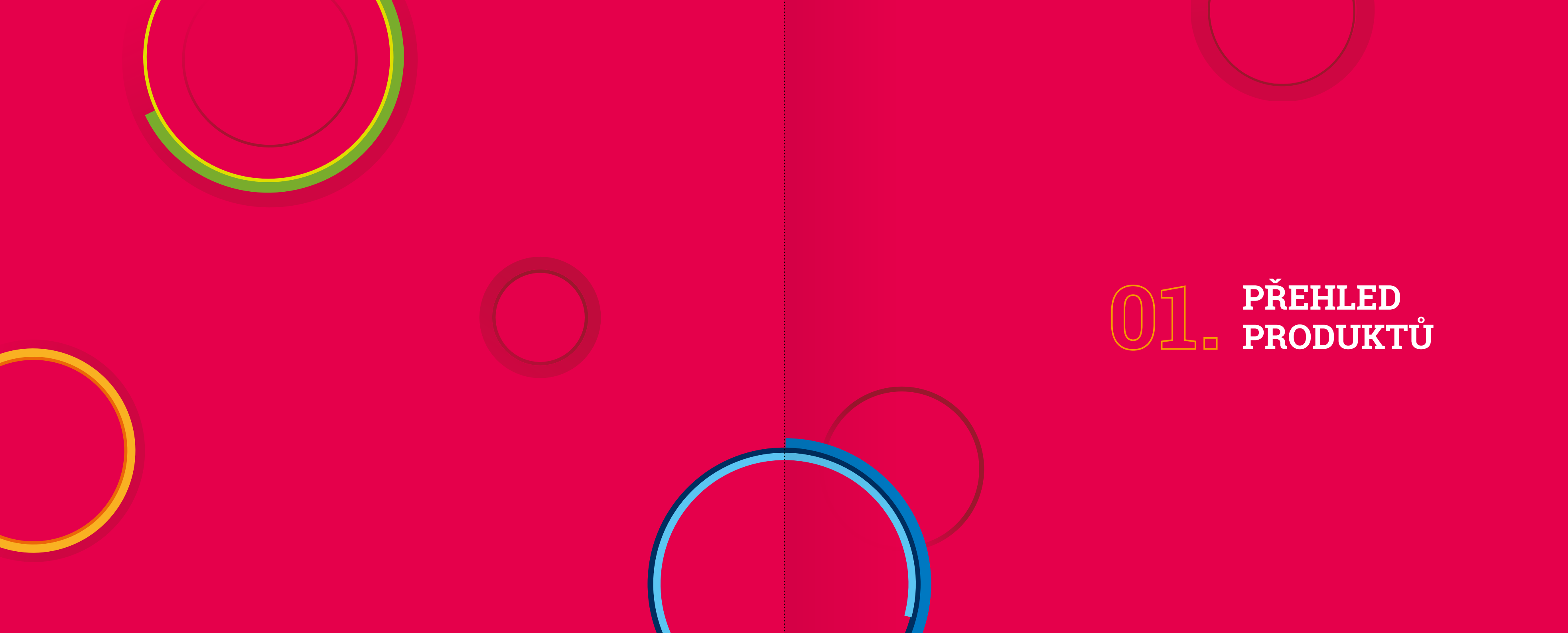
EUROSPORT

Ranč Heartland



Moloch





01. PŘEHLED PRODUKTŮ

Jak můžete inzerovat na TV stanicích atmedia

Nabízíme nejrozličnější reklamní formáty od klasických spotů po speciální inzerci.

REKLAMNÍ SPOTY



19 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

atadults

atchoice

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 7 stanic sestavujeme na základě vašich individuálních požadavků.



Škálování ukazuje vhodnost produktu pro řešení vaší marketingové výzvy.

CS 18–69 1 GRP = 63 686 diváků

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

CS 4–14 1 GRP = 11 318 diváků

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

atadults



Oslovte svojí nabídkou dospělé diváky na 18 tematických stanicích.



atkids



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



Balíček stanic atmax

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

 Brand image
●●●●○

 Nový produkt
●●●●●

 Nárůst prodeje
●●●●○

Když potřebujete	maximální zásah
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Stanice	kompletní portfolio 19 měřených TV stanic atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků







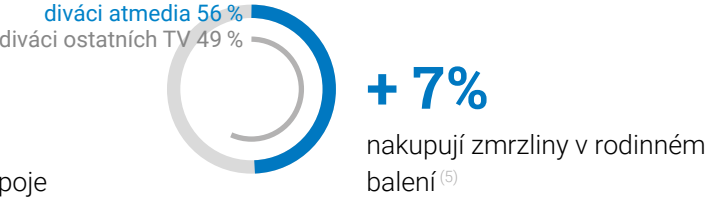
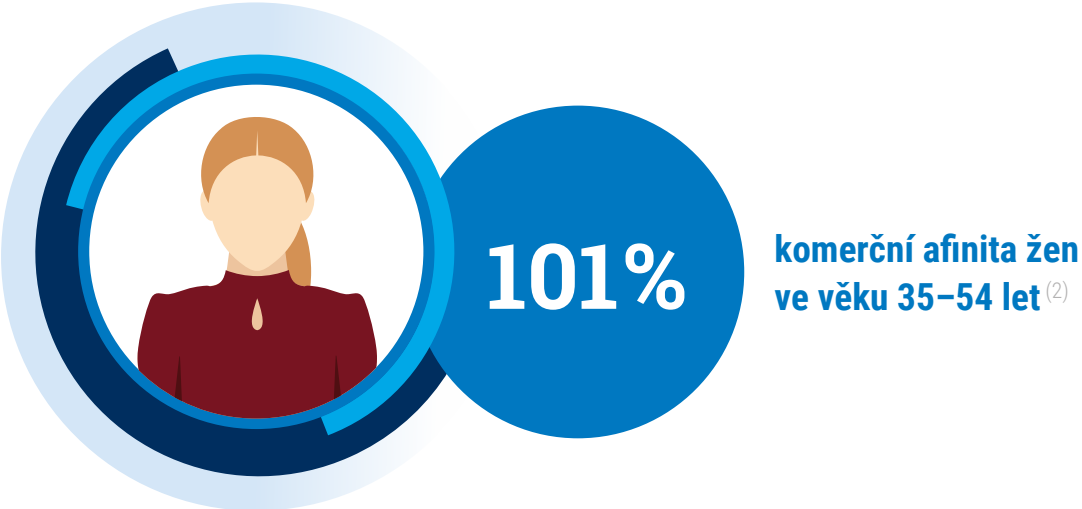
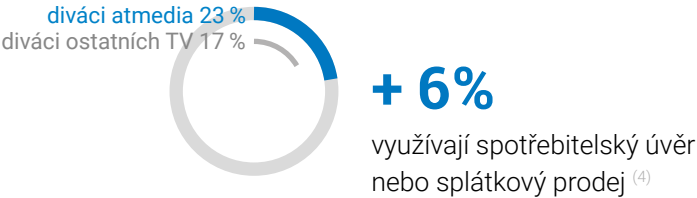
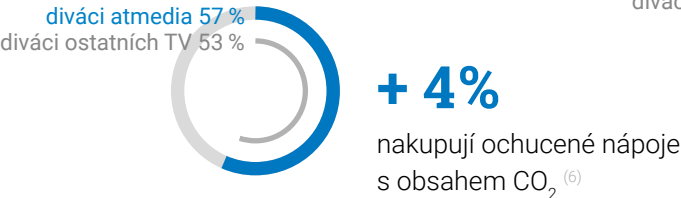
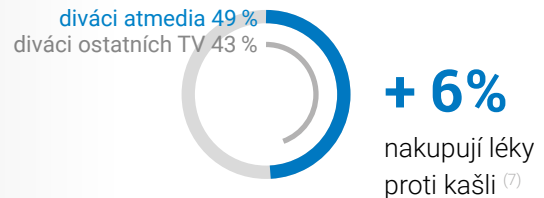
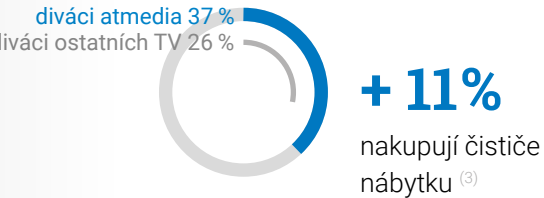


NOVÉ TV STANICE
více na str. 47

Více informací k TV stanicím najdete na stranách 32–47.

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, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+, pouze TV reklama
⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pol. 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69
^(3–7) MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2024, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

Balíček stanic atchoice

Sestavte si vlastní balíček TV stanic pro svoji specifickou cílovou skupinu. Pomůžeme vám vybrat nejméně 7 stanic z našeho portfolia tak, abyste dosáhli maximálního efektu a oslovili přesně ty diváky, které potřebujete.

 Brand image
●●●●●

 Nový produkt
●●●●○

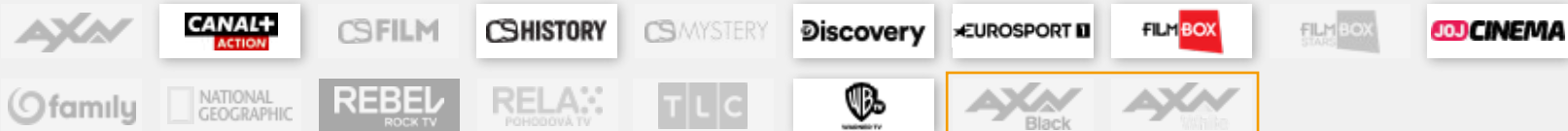
 Nárůst prodeje
●●●●●

Když potřebujete	oslovit užší zájmovou skupinu
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Stanice	7 a více měřených TV stanic z portfolia atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	✓ sestavení výběru stanic ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků

Jak balíček atchoice funguje?

Příklad:
Muži ve věku 35–54 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 7, které sleduje vaše cílová skupina.



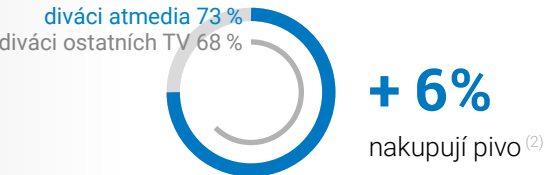
Více informací k TV stanicím najdete na stranách 32–47.



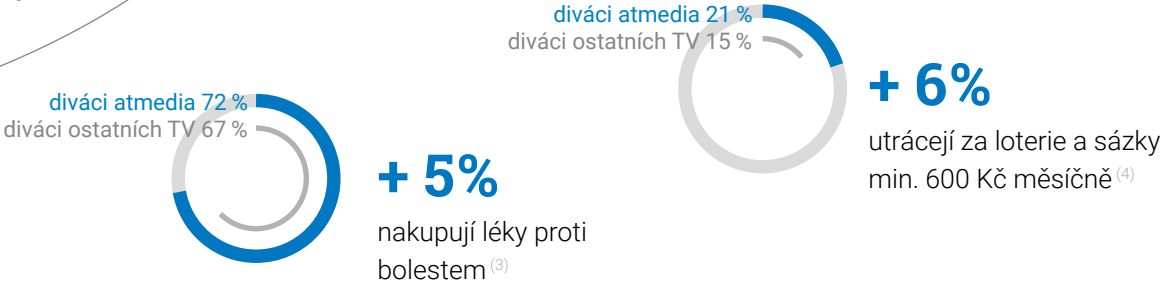
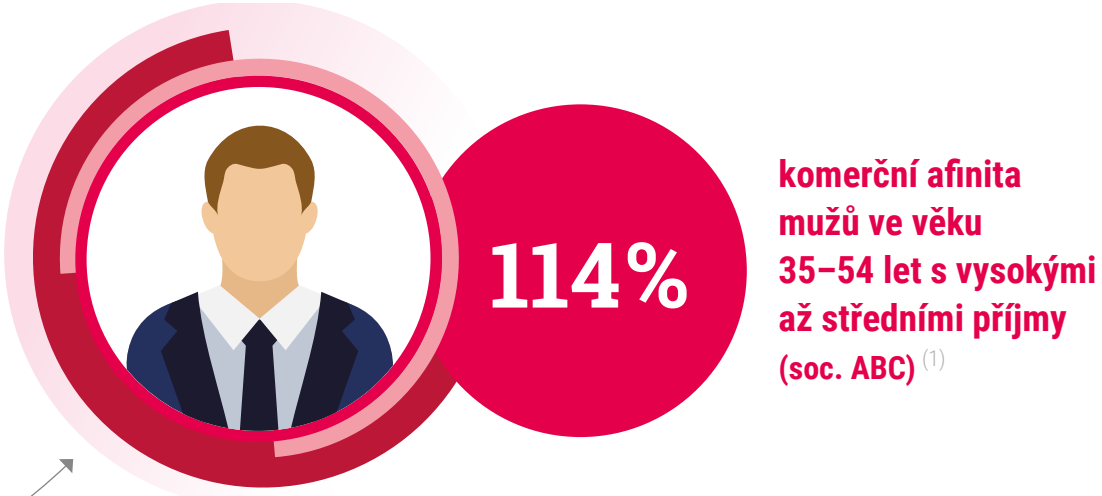
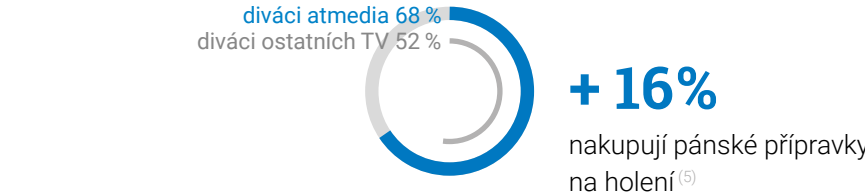
NOVÉ TV STANICE
více na str. 47

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.



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. pol. 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69
^(2–5) MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2024, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

Balíček stanic atadults

Oslovte svou nabídkou dospělé diváky na 18 stanicích nejrozumnějšího zaměření od filmových a seriálových přes sportovní až po dokumentární.

 Brand image
●●●●○

 Nový produkt
●●●●○

 Nárůst prodeje
●●●●○

Když potřebujete	oslovit dospělé diváky
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Stanice	18 měřených TV stanic z portfolia atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků







NOVÉ TV STANICE
více na str. 47

Více informací k TV stanicím najdete na stranách 32–47.

20

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 61 %
diváci ostatních TV 51 %

+ 10%

využívají pojištění domácnosti ⁽⁶⁾

diváci atmedia 57 %
diváci ostatních TV 47 %

+ 10%

nakupují slané tyčinky ⁽⁵⁾

diváci atmedia 65 %
diváci ostatních TV 62 %

+ 4%

nakupují léky proti nachlazení, chřipce, horečce a bolesti v krku ⁽⁴⁾

diváci atmedia 65 %
diváci ostatních TV 49 %

+ 16%

nakupují pánské přípravky po holení ⁽⁷⁾

diváci atmedia 49 %
diváci ostatních TV 41 %

+ 8%

nakupují tvrdý alkohol ⁽³⁾

108%

komerční afinita diváků ve věku 35–59 let ⁽²⁾

⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+, pouze TV reklama
⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pol. 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69
^(3–7) MML–TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2024, diváci TV stanic atmedia, diváci ostatních TV stanic

21

Balíček stanic at**kids**

Využijte jedinečné možnosti zaujmout reklamou dětské diváky i jejich rodiče. Díky našemu unikátnímu balíčku atkids je můžete efektivně oslovit na TV stanici Disney Channel.

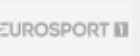
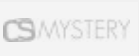
 Brand image
●●●●●

 Nový produkt
●●●○○

 Nárůst prodeje
●●●●●

Když potřebujete	oslovit dětské diváky a jejich rodiče
Prodejní cílová skupina	4–14 let
Stanice	1 měřená dětská TV stanice z portfolia atmedia
Prodejní jednotka	GRP
Atmedia servis	✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků







NOVÉ TV STANICE
více na str. 47

Oslovte efektivně dětské diváky a jejich rodiče s balíčkem at**kids**

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

diváci atmedia 49 %
diváci ostatních TV 43 %

+ 6%

nakupují léky
proti kašli ⁽⁶⁾

diváci atmedia 69 %
diváci ostatních TV 62 %

+ 7%

nakupují krémy na
ruce ⁽⁵⁾

diváci atmedia 55 %
diváci ostatních TV 50 %

+ 4%

nakupují sirupy a šťávy
na ředění ⁽⁴⁾

diváci atmedia 70 %
diváci ostatních TV 63 %

+ 7%

nakupují mléčné dezerty ⁽⁷⁾



diváci atmedia 50 %
diváci ostatních TV 44 %

+ 6%

nakupují spontánně
sladkosti, zmrzliny
a jiné drobnosti ⁽³⁾

Více informací k TV stanicím najdete na stranách 32–47.

⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 4–14, 4+, pouze TV reklama

⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2. pol. 2024, TRPL 30s bloku, k CS 4–14

^(3–7) MML – TGI ČR, 1.–2. čtvrtletí 2024, 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 po cyklistické závody Tour de France, Giro d'Italia či La Vuelta.

Partnerství světových sportovních událostí

Staňte se partnerem grandslamových turnajů a etapových cyklistických závodů, které vysílá TV stanice Eurosport 1. Oslovte především muže s vyššími příjmy.



- Brand image
● ● ● ● ● ●
- Nový produkt
● ● ● ○ ○
- Nárůst prodeje
● ● ○ ○ ○

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.



- Brand image
● ● ● ● ● ●
- Nový produkt
● ● ○ ○ ○
- Nárůst prodeje
● ● ● ○ ○

Exkluzivní partnerství sportovních událostí

Využijte naší spolupráce s TV stanicí Eurosport 1 a spojte svoji značku s exkluzivními sportovními svátky v široké škále disciplín.

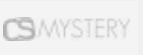
**Brand image**
●●●●●

**Nový produkt**
●●●○○

**Nárůst prodeje**
●●○○○

Když potřebujete	budovat značku a zvyšovat povědomí o ní, především mezi mužskými diváky
Prodejní cílová skupina	18–69 let
Atmedia servis	✓ optimalizace mediaplánu ✓ technické zajištění ✓ vyhodnocování výsledků









NOVÉ TV STANICE
více na str. 47

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 statisíce diváků – mnohé z nich pouze na Eurosport 1.



- > Cyklistika

Giro d'Italia, Tour de France, La Vuelta
- > Motorsport

24 hodin Le Mans, Formule E
- > 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

⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 11.–26. 1. 2025, Reach 000, CS 18–69, Eurosport 1, Australian Open, živé přenosy (312 tisíc diváků v CS 18–69)

Nepropásněte ty nejdůležitější sportovní události roku



Exkluzivně na
EUROSPORT 1

Giro d'Italia



Tour de France



Exkluzivně na
EUROSPORT 1

La Vuelta



Exkluzivně na
EUROSPORT 1

Australian Open



Roland Garros



Exkluzivně na
EUROSPORT 1

US Open

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

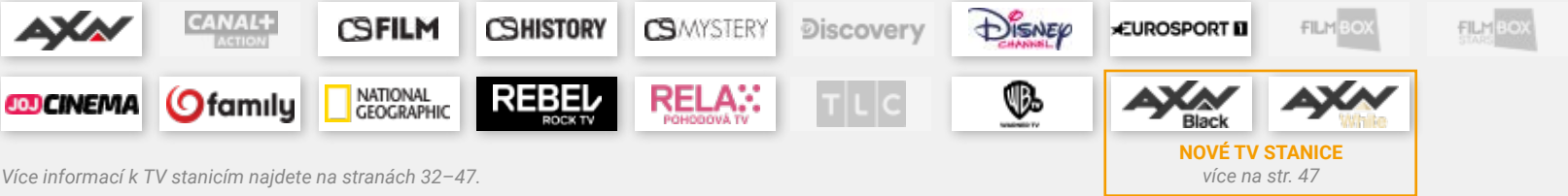
Sponzoring a product placement

Bud'te 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	✓ 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 32–47.

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 svojí 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

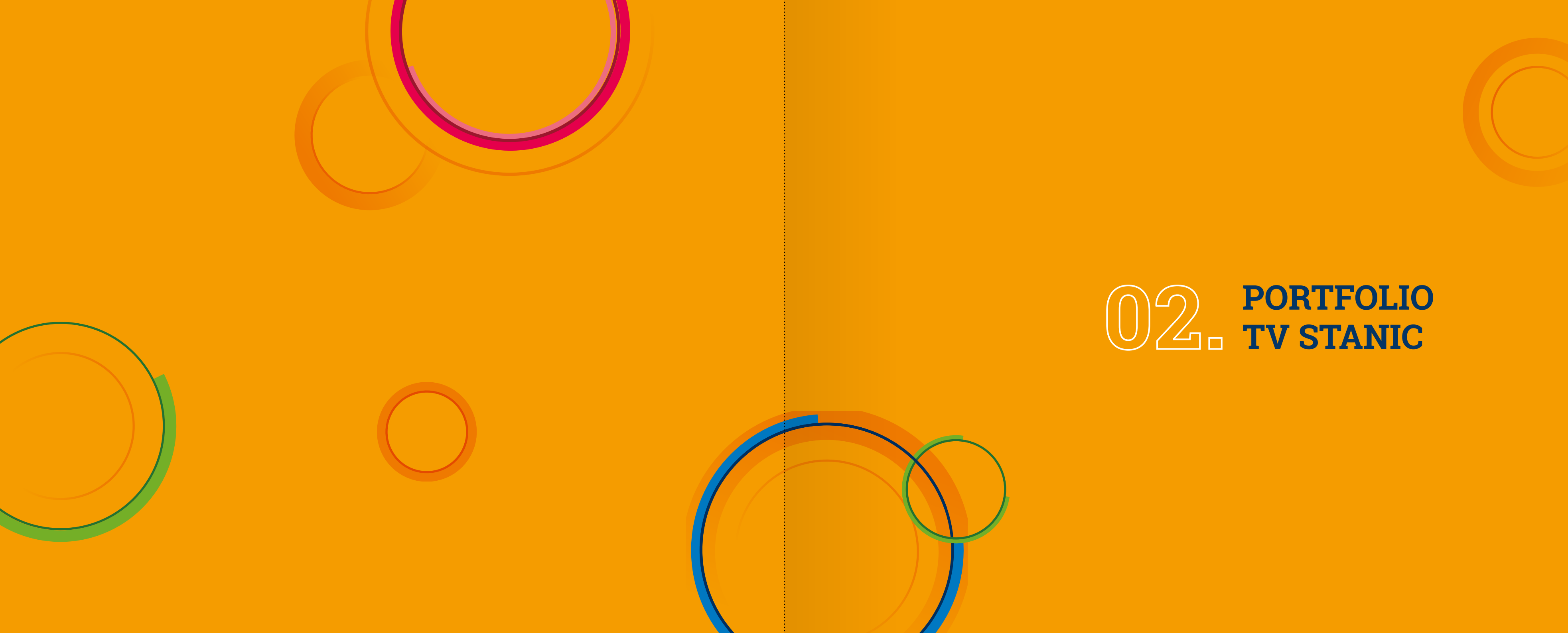


Product placement

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
- ✓ velká účinnost (blíží se statusu „ústního doporučení“)





02. **PORTFOLIO** **TV STANIC**

Vlastnosti TV stanic atmedia

V portfoliu atmedia najdete jak placené, tak volně šířené tematické TV stanice různých žánrů.

METRIKA STANIC



MĚŘENÉ

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

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

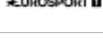
Pro sportovní fandy tenisových raket, rychlých kol i lyží.



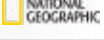
VOLNOČASOVÉ

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

Přehled reklamního portfolia televizních stanic

Stanice		Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Komerční afinita typického diváka	atmax	atchoice	atadults	atkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	partnerství sport. událostí
	AXN	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	276 000 (CS 18–69) 395 000 (CS 4+)	Divák 35–64	125 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●		
	CANAL+ Action	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	461 000 (CS 18–69) 614 000 (CS 4+)	Divák 35–54	109 % (k CS 18–69)	●	●	●		●				
	CS Film	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	650 000 (CS 18–69) 911 000 (CS 4+)	Divák 35–59	108 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	CS History	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dokumentární	168 000 (CS 18–69) 266 000 (CS 4+)	Muž 25–54	110 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	CS Mystery	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Dokumentární	571 000 (CS 18–69) 841 000 (CS 4+)	Muž 35–59	104 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	Discovery Channel	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dokumentární	163 000 (CS 18–69) 227 000 (CS 4+)	Muž 25–54	139 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●			
	Disney Channel	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dětská	87 000 (CS 4–14) 248 000 (CS 4+)	Dítě 6–12	121 % (k CS 4–14)	●			●	●	●			
	Eurosport1	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Sportovní	359 000 (CS 18–69) 507 000 (CS 4+)	Muž 25–54	102 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●		●
	FilmBox	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	1 047 000 (CS 18–69) 1 393 000 (CS 4+)	Divák 35–64	121 % (k CS 18–69)	●	●	●		●				
	FilmBox Stars	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová	470 000 (CS 18–69) 666 000 (CS 4+)	Divák 35–64	104 % (k CS 18–69)	●	●	●		●				



Stanice		Metrika	Distribuce signálu	Dostupnost reklamy	Kategorie	Měsíční zásah diváků	Typický divák	Komerční afinita typického diváka	atmax	atchoice	atadults	atkids	prodej GRP	spotový prodej	sponzoring	PP	partnerství sport. událostí
	JOJ Cinema	Měřená	Placení operátoři	CZ	Filmová / seriálová	569 000 (CS 18–69) 755 000 (CS 4+)	Divák 35–54	106 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	JOJ Family	Měřená	Volně šířená	CZ	Rodinná	1 225 000 (CS 18–69) 1 700 000 (CS 4+)	Divák 35–64	113 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	National Geographic	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Dokumentární	370 000 (CS 18–69) 542 000 (CS 4+)	Muž 25–59	103 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	REBEL	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Volnočasová	176 000 (CS 18–69) 210 000 (CS 4+)	Divák 35–64	140 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	RELAX	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Volnočasová	135 000 (CS 18–69) 269 000 (CS 4+)	Žena 35–64	176 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	TLC	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Volnočasová	95 000 (CS 18–69) 134 000 (CS 4+)	Žena 25–54	157 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●			
	Warner TV	Měřená	Volně šířená	CZ / SK	Filmová / seriálová	664 000 (CS 18–69) 841 000 (CS 4+) *	Divák 25–54	107 % (k CS 18–69)	●	●	●		●	●	●	●	
	AXN Black	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová		Muž 30–59		●	●	●		●	●	●		
	AXN White	Měřená	Placení operátoři	CZ / SK	Filmová / seriálová		Žena 30–59		●	●	●		●	●	●		

ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4–14, 4+
ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69, 4–14
* Warner TV za období duben–prosinec 2024



měřená

placená

CZ / SK

filmová /
seriálová



Námořní vyšetřovací služba

AXN je TV stanice zaměřená **na akci, napětí a dobrodružství**. Divákům nabízí ty **nejlepší hollywoodské filmy a seriály, kriminální příběhy** či **akční dramata**. Mezi nejoblíbenější pořady patří dnes již legendární *Námořní vyšetřovací služba (NCIS)*, policejní seriál *Zelenáč* nebo drama z lékařského prostředí *Dobrý doktor*. Oslovte diváky, kteří mají rádi dějové zvraty, propracované charaktery a příběhy plné emocí a napětí.

Stanice osloví ⁽¹⁾	276 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 395 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁵⁾	Divák 35–64 let > komerční afinita 125 % (k CS 18–69)



měřená

placená

CZ / SK

filmová /
seriálová



Moloch

TV stanice **CANAL+ Action** je jako stvořená pro **fanoušky napětí, adrenalinových zážitků a hrdinských soubojů**. Svým divákům nabízí široký výběr **akčních filmů a seriálů** včetně exkluzivních titulů jako *John Wick*, *Včelař* nebo *Pád Paříže*. CANAL+ Action přináší divákům **exkluzivně také seriál z vlastní produkce Moloch** s Miroslavem Donutem v hlavní roli. Oslovte diváky, kteří touží po pořádné dávce akce a vzrušení.

Stanice osloví ⁽²⁾	461 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 614 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁶⁾	Divák 35–54 let > komerční afinita 109 % (k CS 18–69)



měřená

placená

CZ / SK

filmová /
seriálová



Všichni dobří rodáci

CS Film je stanice, která **žije českým a slovenským filmem**. Od **nesmrtelných klasik po moderní hity**, přináší divákům pestrou paletu žánrů – **komedie, dramata i napínavé kriminálky**. Mezi nejoblíbenější pořady patří legendární *Nebe a dudy*, oblíbená pohádka *Byl jednou jeden král* nebo ikonický snímek *Všichni dobří rodáci*. Oslovte diváky všech generací, kteří milují domácí kinematografii.

Stanice osloví ⁽³⁾	650 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 911 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁷⁾	Divák 35–59 let > komerční afinita 108 % (k CS 18–69)

⁽¹⁻⁴⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+
⁽⁵⁻⁸⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69



měřená

placená

CZ / SK

dokumentární



Otazníky českých dějin

CS History přináší divákům ty **nejlepší historické dokumenty**. Věnuje se klíčovým **historickým momentům, významným osobnostem, osudovým zvratům i bohaté československé minulosti**. Mezi nejoblíbenější pořady patří *Tajné nacistické expedice*, *Prokleté dějiny* nebo *Otazníky českých dějin*. Oslovte diváky, zejména muže, kteří mají rádi napínavé příběhy z minulosti.

Stanice osloví ⁽⁴⁾	168 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 266 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁸⁾	Muž 25–54 let > komerční afinita 110 % (k CS 18–69)

CS MYSTERY

měřená

volně šířená

CZ / SK

dokumentární



Blízká setkání u protinožců

CS Mystery je TV stanice pro diváky, kteří milují **konspirační teorie**, **paranormální jevy** a **pátrání po stopách mimozemských civilizací**. Nabízí také dramatické **rekonstrukce zločinů**, **pořady o tajných spolcích** nebo **cestopisné dokumenty** o vzdálených koutech Afriky, Austrálie nebo Asie. Diváci se mohou vydat na *Extrémní cesty do neznáma*, sledovat *Blízká setkání u protinožců* nebo zkusit *Uvěřit!*. Oslovte diváky, zejména muže, kteří se chtějí dozvědět víc, než je vidět na první pohled!

Stanice osloví ⁽¹⁾	571 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 841 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁵⁾	Muž 35–59 let > komerční afinita 104 % (k CS 18–69)

Discovery

měřená

placená

CZ / SK

dokumentární



Napospas osudu s Edem Staffordem

Discovery Channel je TV stanice zaměřená na **vědu**, **techniku** a **historii**. Nabízí **výjimečné dokumenty**, které umožňují divákům nahlédnout do **hlubin oceánů**, prozkoumat **nekonečný vesmír** a odhalit **tajemství největších globálních organizací** i každodenního života lidí. Mezi nejoblíbenější pořady patří *Harpunáři*, *Napospas osudu s Edem Staffordem* nebo *Chris Brown: Historie násilí*. Oslovte diváky, zejména muže, kteří touží proniknout do tajů vesmíru, převratných vynálezů i historických milníků, které formovaly naši civilizaci.

Stanice osloví ⁽²⁾	163 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 227 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁶⁾	Muž 25–54 let > komerční afinita 139 % (k CS 18–69)

Disney Channel

měřená

placená

CZ / SK

dětská



Blue

Disney Channel je oblíbená 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**. Mezi nejoblíbenější pořady patří *Blue*, *Kiff* nebo *Kouzelná Beruška a Černý kocour*. Oslovte malé diváky s jejich rodiči, kteří společně sdílejí příjemné chvíle při sledování moderních pohádek, dobrodružných příběhů i vzdělávacího obsahu.

Stanice osloví ⁽³⁾	87 000 diváků ve věku 4–14 / měsíc 248 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁷⁾	Dítě 6–12 let > komerční afinita 121 % (k CS 4–14)

^(1-2,4) ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+
^(5-6,8) ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69

EUROSPORT 1

měřená

placená

CZ / SK

sportovní



Australian Open

Eurosport 1 je TV stanice, která vyniká pestrou nabídkou sportovních disciplín. Divákům přináší **prestižní sportovní události** od **grandslamových turnajů** *Australian Open*, *Roland Garros* a *US Open* přes etapové **cyklistické závody** *Giro d'Italia*, *Tour de France* a *La Vuelta* až po **letní i zimní olympijské hry**. Eurosport 1 je zkrátka klíčem k okamžikům, které píšou historii světového sportu. Oslovte diváky, zejména muže, kteří u svých televizních obrazovek hledají ten pravý sportovní zážitek.

Stanice osloví ⁽⁴⁾	359 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 507 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁸⁾	Muž 25–54 let > komerční afinita 102 % (k CS 18–69)

⁽³⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 4–14, 4+
⁽⁷⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, TRPL 30s bloku, k CS 4–14

FILMBOX

měřená

placená

CZ / SK

filmová / seriálová



Vrcholný predátor

FilmBox je nejsledovanější placenou TV stanicí na českém trhu, která **přináší filmovou zábavu pro každého**. Divákům nabízí **exkluzivní premiéry, osvědčené klasiky i kultovní snímky** napříč žánry. Mezi oblíbené pořady patří pohádkový hit *Princ Mamánek*, akční sci-fi *Vrcholný predátor* nebo kultovní česká komedie *Dědictví aneb Kurvašogutntág*. Oslovte diváky, kteří milují silné příběhy, výjimečné herecké výkony a nezapomenutelné filmové zážitky.

Stanice osloví ⁽¹⁾	1 047 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 1 393 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁵⁾	Divák 35–64 let > komerční afinita 121 % (k CS 18–69)

FILMBOX STARS

měřená

placená

CZ / SK

filmová / seriálová



Hercule Poirot

FilmBox Stars přináší divákům ty nejpoutavější **příběhy plné emocí, napětí i humoru**. V programu nechybí oblíbené **romantické komedie, dojemná dramata, napínavé detektivní seriály** ani **inspirativní životopisné snímky**. Mezi nejoblíbenější pořady patří legendární *Hercule Poirot*, historické drama *Královna Viktorie* a český film *Matky*. Oslovte diváky, kteří vyhledávají silné příběhy, skvělé herecké výkony a filmy, které dokážou pobavit i dojmout.

Stanice osloví ⁽²⁾	470 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 666 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁶⁾	Divák 35–64 let > komerční afinita 104 % (k CS 18–69)

JOJ CINEMA

měřená

placená

CZ

filmová / seriálová



Lee: Fotogračka v první linii

JOJ Cinema je TV stanice pro opravdové filmové nadšence. Nabízí **akční thrillery, silná dramata, zábavné komedie i dobrodružné příběhy**, které vtáhnou diváky do děje. Mezi oblíbené tituly patří *Lee: Fotogračka v první linii*, inspirativní příběh *Air: Zrození legendy* a napínavé drama *Občanská válka*. Oslovte diváky, kteří si chtějí vychutnat kvalitní filmovou tvorbu a vyhledají jedinečné příběhy z celého světa.

Stanice osloví ⁽³⁾	569 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 755 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁷⁾	Divák 35–54 let > komerční afinita 106 % (k CS 18–69)

^(1–4) ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+
^(5–8) ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69

family

měřená

volně šířená

CZ

rodinná



Kriminálka Kraj

JOJ Family je TV stanice, která spojuje celé rodiny. Přináší **širokou škálu seriálů, rodinných filmů i oblíbených česko-slovenských pořadů**, které zaujmou diváky všech věkových kategorií. Mezi oblíbené pořady patří temné krimi *Smrt stopařek*, napínavý seriál *Kriminálka Kraj* a nestárnoucí filmová klasika *Dívka na koštěti*. Oslovte diváky, kteří hledají kvalitní rodinnou zábavu, napětí i emoce v příbězích ze života.

Stanice osloví ⁽⁴⁾	1 225 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 1 700 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁸⁾	Divák 35–64 let > komerční afinita 113 % (k CS 18–69)



měřená

placená

CZ / SK

dokumentární



Chuť domova s Antonim Porowskim

National Geographic patří mezi **přední dokumentární TV stanice** tím, že propojuje fascinující záběry s vědeckým poznáním. Přináší **strhující příběhy** a díky spolupráci s předními vědci, průzkumníky a dokumentaristy nabízí **unikátní a informačně bohatý zážitek**. Mezi očekávané pořady roku 2025, přinášející jedinečné pohledy na svět, patří *Chuť domova s Antonim Porowskim*, *To Catch a Smuggler: Tropical Takedown* a *Amsterdam Central 24/7*. Oslovte diváky, zejména muže, kteří oceňují špičkovou produkci, jedinečné záběry a poutavé příběhy z celého světa.

Stanice osloví ⁽¹⁾	370 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 542 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁵⁾	Muž 25–59 let > komerční afinita 103 % (k CS 18–69)



měřená

volně šířená

CZ / SK

volnočasová



Rebelský bar

REBEL je jediná hudební TV stanice, která patří výhradně **rockovým a metalovým fanouškům**. Přináší **směs rockových klasik i novinek**, které jinde diváci neuslyší. Kromě pásma **hudebních klipů** nabízí i **pravidelné pořady pro všechny milovníky tvrdé muziky**. Mezi oblíbené pořady patří *Rebelský bar*, kde se setkávají rockové hvězdy, hitparáda *TV Rockparáda* a pořad *Metalmánia*, zaměřený na nejtvrďší žánry. Oslovte diváky, kteří chtějí víc než jen osvědčené hity a hledají skutečně rebelský hudební zážitek.

Stanice osloví ⁽²⁾	176 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 210 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁶⁾	Divák 35–64 let > komerční afinita 140 % (k CS 18–69)



měřená

volně šířená

CZ / SK

volnočasová



Wolffův revír

RELAX je ideální TV stanicí pro únik od každodenního shonu. Nabízí **pestrý mix romantických seriálů, napínavých detektivních příběhů, telenovel i kriminálek**. Nechybí ani **zajímavé lifestylové pořady**, včetně oblíbených **kulinářských show**. Mezi nejoblíbenější tituly patří dojemný seriál *Doktor z hor*, ikonické kriminálky *Detektiv Nash Bridges* a *Wolffův revír*, nebo inspirativní kuchařská show *Vaříme!*. Oslovte diváky, zejména ženy, kteří hledají u televizních obrazovek zábavu, napětí i chvíle pohody.

Stanice osloví ⁽³⁾	135 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 269 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁷⁾	Žena 35–64 let > komerční afinita 176 % (k CS 18–69)



měřená

placená

CZ / SK

volnočasová



Zakázaná láska

TLC je TV stanice, která přináší **mix emocí, zábavy a inspirativních zážitků**. Nabízí jedinečný divácký zážitek prostřednictvím **autentických příběhů, dramatických proměn i pohledů do světa slavných**. Mezi očekávané tituly patří investigativní dokument *Ticho na place*, drama ze světa hudebního průmyslu *Taylor Swift vs. Scooter Braun: Zlá krev* či nová série populární reality show *90denní snoubenci* a zcela nová reality show *Zakázaná láska*. Oslovte diváky, zejména ženy, kteří vyhledávají dojemné příběhy, silné emoce a inspiraci pro svůj život.

Stanice osloví ⁽⁴⁾	95 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc 134 000 diváků ve věku 4+ / měsíc
Typický divák ⁽⁸⁾	Žena 25–54 let > komerční afinita 157 % (k CS 18–69)

⁽¹⁻⁴⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+
⁽⁵⁻⁸⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69



měřená



volně šířená



CZ / SK

filmová /
seriálová

Uklízečka

Warner TV přináší do českých domácností novou energii v podobě **prémiového obsahu z dílny Warner Bros.** Diváci se v rámci tematických večerů mohou těšit na **pátky plné fantazie, osudové soboty** nebo **cesty časoprostorem**. Mezi nejoblíbenější pořady patří napínavý dramatický seriál *Uklízečka*, akční seriál *Flash* a nově také legendární český stand-up *Na Stojáka*. Oslovte diváky, kteří milují filmové hity a kultovní seriály.

Stanice osloví ⁽¹⁾ 664 000 diváků ve věku 18–69 / měsíc
841 000 diváků ve věku 4+ / měsíc

Typický divák ⁽²⁾ **Divák 25–54 let**
> komerční afinita 107 % (k CS 18–69)

Nové stanice z rodiny AXN v portfoliu!

Adrenalin nebo emoce? S novými TV stanicemi v portfoliu atmedia si každý najde to své! AXN Black je rájem pro fanoušky dobrodružství, kde není nouze o hrdinské souboje a napínavé zápletky. AXN White naopak potěší spíše divačky, které mají rády emotivní dramata. Oslovte diváky s vášní pro akci a silné příběhy!



měřená



placená



CZ / SK

filmová /
seriálová

AXN Black je domovskou TV stanicí pro **fanoušky akce** a **dobrodružství**. Svými seriály nechává diváky ponořit se do **poutavých světů, strhujících sci-fi** produkcí a **fascinujících fantasy** příběhů. S ikonickými seriály jako *Hvězdná brána*, *Xena*, *Odpadlík* či *Lovci pokladů* přináší AXN Black **směs napínavých dobrodružství** a **charismatických postav**. Oslovte diváky, zejména muže, kteří milují adrenalin – ať už v reálném světě, nebo ve světě, kde hranice reality neexistují!



Ranč Heartland



Hvězdná brána



měřená



placená

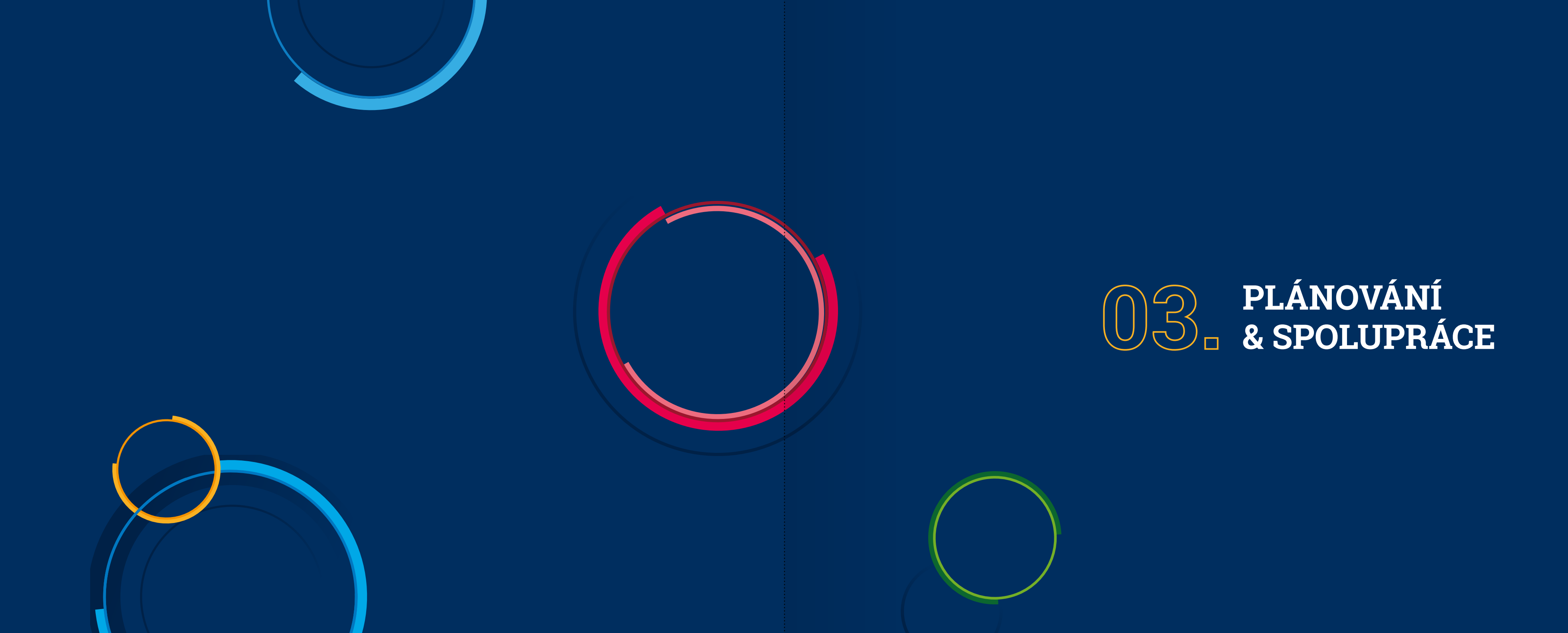


CZ / SK

filmová /
seriálová

AXN White je ideální volbou nejen pro ženy, které milují **seriály plné emocí, rodinných vazeb** a **vztahových dram**. K oblíbeným seriálům patří například *Domek na prérii*, *Ranč Heartland* nebo *Nemocnice Hope*. AXN White nabízí divákům také **seriály evropské produkce** přinášející rozmanité kulturní pohledy – například *Velmi řecké vztahy* a *Grand Hotel*. Oslovte diváky, zejména ženy, kteří si užívají kombinaci napínavých příběhů a rodinné zábavy.

⁽¹⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, duben–prosinec 2024, Reach 000, CS 18–69, 4+
⁽²⁾ ATO – Nielsen, Živě + TS0–3, duben–prosinec 2024, TRPL 30s bloku, k CS 18–69



03. PLÁNOVÁNÍ & SPOLUPRÁCE

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	20 100
individuální prodej	1 stanice z atadults	18–69	27 100
atkids (1 TV stanice)	Disney Channel	4–14	19 900
atchoice (min. 7 z 18 TV stanic)	AXN, Canal+ Action, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Eurosport 1, FilmBox, FilmBox Stars, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, TLC, Warner TV (+ AXN Black & AXN White)	18–69	25 400
atadults (18 TV stanic)	AXN, Canal+ Action, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Eurosport 1, FilmBox, FilmBox Stars, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, TLC, Warner TV (+ AXN Black & AXN White)	18–69	22 200
atmax (19 TV stanic)	AXN, Canal+ Action, CS Film, CS History, CS Mystery, Discovery Channel, Disney Channel, Eurosport 1, FilmBox, FilmBox Stars, JOJ Cinema, JOJ Family, National Geographic, Rebel, Relax, TLC, Warner TV (+ AXN Black & AXN White)	18–69	21 200

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 a navýšit minimální počet TV stanic v balíčku atchoice.
Cena za product placement a speciální formáty partnerství sportovních událostí na Eurosport 1 jsou individuální.
Kontaktuje 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
AXN	4 100	2 100
AXN Black	4 100	2 100
AXN White	4 100	2 100
Canal+ Action	6 400	-
CS Film	6 400	3 400
CS History	4 100	2 100
CS Mystery	6 400	3 400
Discovery Channel	4 100	-
Disney Channel	11 300	5 900
Eurosport 1	6 400	3 400

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH.
Nedílnou součástí výpočtu ceny je příslušný sezónní a stopážový koeficient.
Cena za minipořady, product placement a partnerství sportovních událostí je individuální.

TV stanice	Spotový prodej Cena za 1 spot (30 vteřin)	Sponzoring Cena za 1 sponzorský vzkaz
FilmBox	8 000	-
FilmBox Stars	5 200	-
JOJ Cinema	5 200	2 700
JOJ Family	12 900	7 100
National Geographic	5 200	2 700
Rebel	4 100	2 100
Relax	4 100	2 100
TLC	4 100	-
Warner TV	6 400	3 400

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% příplatek**
- > Za druhý a další produkt ve spotu (do 20 % délky spotu): **5% příplatek**
- > Jednorázový poplatek ve výši **1 500 Kč** v rámci každé TV kampaně v případě vyžádání časového odstupu/omezení mezi jednotlivými TV spoty

Slevy

- > Nový klient po dobu 1 roku: **15% sleva**

Podmínky pro booking TV kampaní s kratší délkou

- > Objednávka na TV kampaň v délce 1–4 dny bude považována za řádně splněnou po odvysílání vysílacího plánu a bude fakturována dle reálně obdržených GRPů
- > Objednávka na TV kampaň do výše 10 GRPů bude fakturována dle reálně obdržených GRPů, 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 (č. 40/1995 Sb). 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*
	AXN	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
	AXN Black	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
	AXN White	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
	Discovery Channel	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
	FilmBox	ES	ANO, ale jen v 20.30 – 06.00	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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 (Netflix, Max, Disney+ apod.)	Filmové trailery a proma
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾
Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽²⁾	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	ANO	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
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	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁵⁾

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

Stanice	Licence	Lehký alkohol (<20% podíl alkoholu: pivo, víno apod.)	Tvrďý alkohol (lihoviny)	Léčivé přípravky a lékárny	Erotika a sexualita*
 FilmBox Stars	ES	ANO, ale jen v 20.30 – 06.00	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 National Geographic	ES	ANO, ale jen v 20.30 – 05.00	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	ANO, ale jen v 22.00 – 06.00
 TLC	NL	ANO, ale jen v 21.00 – 06.00	NE	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽¹⁾	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 irrelevantní pro děti a mladistvé (např. prostředky intimní hygieny, afrodisiaka, 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 (Netflix, Max, Disney+ 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	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
ANO	ANO	ANO	Detailní specifická pravidla, vyžaduje individuální řešení ⁽⁴⁾	ANO	NE	ANO
ANO, ale jen v 1.00 – 05.00	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
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

⁽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 reklamních 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):**
Digital Adstream ČR, cz.delivery@extremereach.com
- > **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 vysíláním.
- > **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

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.



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 Nováček
z mediální agentury
OMD Czech



Jamie Cooke z Warner
Bros. Discovery
(Velká Británie)



Martin Heržo
z TV skupiny JOJ
(Slovensko)



Marcel Procházka
z Českých
Radiokomunikací



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

Váš partner ve světě reklamy na tematických televizích