

CENÍK Media Clubu platný pro období od 1. 1. 2024

Příloha ke Smluvním obchodním podmínkám pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v programech zastupovaných Media Club s.r.o. (dále jen „Media Club“)

1. Obecné podmínky

a. Ceník obsahuje cenové podmínky vysílání obchodních sdělení na televizních programech zastupovaných Media Clubem (dále jen „TV Programy“), kterými jsou k datu vydání tohoto Ceníku TV Programy skupin Prima, Barrandov, Óčko, Paramount Network, Atmedia, TV Seznam, Retro TV, a na internetových serverech zastupovaných Media Clubem. Seznam TV Programů a internetových serverů je průběžně aktualizován na webových stránkách Media Clubu.

b. Nákupní cílové skupiny pro prodej obchodních sdělení plánovaných Objednatel a prodej obchodních sdělení plánovaných na „realitu“:

- Dospělí 18-69
- Pro e-GRPs Dospělí 15-54

Na základě dohody mezi Objednatel a Media Clubem může Objednatel objednávat i na jinou cílovou skupinu než je D 18-69. V takovém případě se jedná o **prodej na TRPs**. Media Club nabízí k prodeji na TRPs tyto Cílové skupiny:

Dospělí 15+
Dospělí 15-54
Dospělí 15-35
Dospělí 25-55 ABC
Dospělí 25-55 BCD
Dospělí 25-55
Dospělí 25+
Rodiny s dětmi 0-14
Hospodyně 18+
Hospodyně 18-50
Hospodyně 25-55
Muži 15-35
Muži 15-54
Muži 25-55
Muži 18+
Ženy 18+
Ženy 15-35
Ženy 15-54
Ženy 18+ s dětmi 0-14
Ženy 25-55
Děti 4-14

V případě prodeje na TRPs je kampaň 100% plánována na straně Media Clubu s tím, že Media Club bude alokovat TRPs na TV Programech specifikovaných v odstavci 1. a) tohoto Ceníku dle: jejich přirozeného rozložení TRPs vyplývajícího z Výzkumu sledovanosti, s přihlédnutím k vyprodanosti a aktuální výkonnosti jednotlivých kanálů. Pro prodej na TRPs platí limity pro objem z odstavce č. 7 tohoto Ceníku přepočtené dle aktuální afinity vybrané cílové skupiny.

c. Electronic Gross Rating Point (zkráceně jen „e-GRP“) je definován jako 1 % z počtu lidí v cílové skupině Dospělý 15-54. Pro e-GRP a tento způsob plnění v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání považovaný mezi stranami za televizní vysílání se nestanovuje PRIME TIME a OFF PRIME TIME a neplatí PT a OPT indexy; namísto nich se pro celý den použije stejný index jako je PRIME TIME. Dále jsou na e-GRP aplikovány cenové indexy, slevy a příplatky definované v odstavci 5. nebo 6. tohoto Ceníku.

d. Cena za ratingový bod GRP (dále jen „CPP“) se vztahuje k nákupní cílové skupině Dospělí 18-69 nebo e-GRP k nákupní cílové skupině Dospělí 15-54 a ke spotům s indexem 1 dle odstavce 5. tohoto Ceníku.

e. Všechny částky v tomto ceníku jsou uvedeny v Kč bez DPH.

f. PRIME TIME (dále jen „PT“) je definován jako vysílací čas v úseku mezi 17:30-23:30 hodinou. V případě TV Programů skupiny Óčko se však jedná o vysílací čas v úseku mezi 11:00-18:00 hodin.

g. OFF PRIME TIME (dále jen „OPT“) je definován jako jakýkoliv vysílací čas mimo PT.

h. SUPER BREAK (dále jen „SB“) je definován jako exklusivní reklamní break výlučně na TV Programu Prima v čase určeném provozovatelem TV Programu pro každý den v době kolem 20:30 hod. v délce max. 1 minuta s povolenou nejkratší délkou spotu 10 sekund. V rámci SB může být zobrazována časomíra indikující čas do skončení SB. SB lze objednat pouze „na realitu“.

2. Režim poměru rozložení obchodních sdělení (dále jen „Alokační režim“)

Pro rok 2024 stanovuje Media Club pro prodej na CS Dospělí 18-69 pouze jeden Alokační režim obchodních sdělení na jednotlivých TV Programech, a to:

Alokační režim Bundle Media Club

Objednatel má možnost vybrat si nejvýše 6 Cílových skupin z těch, které jsou uvedené v přehledu níže. V rámci Alokačního režimu nelze stejnou Cílovou skupinu vybrat dvakrát.

Media Club má právo dodatečně přidat či ubrat další Alokační režimy nebo Cílové skupiny. Zvolený Alokační režim nemůže Objednatel měnit v průběhu platnosti Obchodní smlouvy.

Varianty výběru Cílových skupin pro Alokační režim Bundle Media Club:

Dospělí 15+
Dospělí 15-54
Dospělí 18-69
Dospělí 15-35
Dospělí 25-55 ABC
Dospělí 25-55 BCD
Dospělí 25-55
Dospělí 25+
Rodiny s dětmi 0-14
Hospodyně 18+
Hospodyně 18-50
Hospodyně 25-55
Muži 15-35
Muži 15-54
Muži 25-55
Muži 18+
Ženy 18+
Ženy 15-35
Ženy 15-54
Ženy 18+ s dětmi 0-14
Ženy 25-55

Rozložení jednotlivých TV Programů v Alokačním režimu je plně v kompetenci Media Clubu. Poměry mezi jednotlivými TV programy specifikovanými v odstavci 1. a) tohoto Ceníku optimalizuje Media Club s přihlédnutím k požadované cílové skupině klienta, dle přirozeného rozložení TRPs vyplývajícího z Výzkumu sledovanosti, dle aktuální výkonnosti daných TV Programů a dle jejich aktuální vyprodanosti.

Media Club si vyhrazuje právo na přidání dalšího TV Programu do Alokačního režimu, když průměrný SOV tohoto TV Programu v cílové skupině Dospělí 18-69 po dobu 4 po sobě jdoucích kalendářních týdnů je vyšší nebo roven 0,01% nebo kdykoliv v případě, že se změní výčet TV Programů zastupovaných Media Clubem.

V níže vyjmenovaných případech může Media Club povolit vynulování jednotlivého TV programu u vybrané Cílové skupiny dle odst. 2 tohoto Ceníku. Vynulovat program znamená, že na daném TV programu nebude vysíláno Obchodní sdělení Objednatele. Povolení je plně na rozhodnutí Media Clubu a nelze jej nárokovat. Povolení lze případně vyjednat v případech, kdy předmětem propagace v obchodním sdělení Objednatele jsou:

- humánní léčivé přípravky
- zdravotnické prostředky nebo diagnostické zdravotnické prostředky
- alkoholické nápoje
- potraviny určené primárně k rychlému občerstvení
- erotické služby a výrobky, doplňky stravy na podporu sexuální výkonnosti
- loterie a sázky či jiné hazardní hry.

Vynulovat lze jen programy se specifickou dětskou cílovou skupinou, jako jsou např. programy Nicktoons, Nicklodeon, Nick Jr Czech či Paramount network. Ujednání o vynulování TV programu je součástí Obchodní smlouvy s Objednatelem a nelze jej v průběhu trvání Obchodní smlouvy měnit.

Jednotlivé TV Programy zastupované Media Clubem lze nakoupit individuálně za ceníkové CPP uvedené v bodě 3. Prodej jakýchkoli dvou TV Programů z TV Programů bude možné nakoupit se slevou 3 % z ceníkového CPP pro rok 2024. Prodej jakýchkoli tří TV Programů z TV Programů bude možné nakoupit se slevou 5 % z ceníkového CPP pro rok 2024. Prodej čtyř a případně více TV Programů z celkového počtu TV Programů se bude řídit dle podmínek Alokačního režimu Bundle Media Club pro rok 2024.

3. CPP

Pokud není příslušnou Obchodní smlouvou dohodnuto jinak, CPP v nákupní cílové skupině D 18-69 pro období 01.01.2024 – 31.12.2024 a pro jednotlivé úrovně Celkové garance Objednatele dle Obchodní smlouvy je stanoveno následovně:

Celková garance v Kč	CPP v Kč
0 – 1 999 999	43 000
2 000 000 – 3 999 999	42 700
4 000 000 – 5 999 999	42 100
6 000 000 – 7 999 999	41 100
8 000 000 – 9 999 999	39 700
10 000 000 – 19 999 999	39 300
20 000 000 – 29 999 999	38 300
30 000 000 – 39 999 999	37 800
40 000 000 – 49 999 999	37 500
50 000 000 – 59 999 999	37 400
60 000 000 – 69 999 999	37 300
70 000 000 – 79 999 999	37 200
80 000 000 a více	37 200

Media Club neposkytuje v roce 2024 agenturní provizi, Celkovou garancí je tudíž míněna čistá hodnota finančního závazku k Media Clubu dle Obchodní smlouvy (tj. základ pro DPH faktur vystavených ze strany Media Clubu).

Pokud Objednatel nesplní smluvně sjednaný objem Celkové garance, bude povinen Media Clubu zaplatit vzniklý rozdíl mezi poskytnutým fakturovaným plněním a sjednanou Celkovou garancí.

Objednatel není oprávněn zvýšit bez předchozí písemné dohody s Media Clubem Celkovou garancí nad výši dohodnutou v Obchodní smlouvě. Media Club může dle svého uvážení poskytnout plnění za navýšenou část Celkové garance, která převyšuje výši dohodnutou v Obchodní smlouvě pouze tehdy, pokud:

- a) Objednatel o svém záměru zvýšit Celkovou garanci informoval Media Club alespoň 3 měsíce předem a zároveň
- b) Ohledně navýšení Celkové garance v Obchodní smlouvě předem uzavřel s Media Clubem buď novou Obchodní smlouvu nebo dodatek ke stávající Obchodní smlouvě.

Media Club není povinen navýšení Celkové garance Objednatelem akceptovat. Objednatel nemá právo na

snížení výše CPP dle Ceníku, pokud zvýšil plnění Celkové garance oproti její sjednané výši v Obchodní smlouvě s Media Clubem.

4. Garance další média

Dle smluvně sjednané Celkové garance je Objednatel povinen alokovat část Celkové garance (dále jen „Garance další média“) do sponzorování, umístění produktu či jiných obchodních sdělení odlišných od spotové reklamy či do obchodních sdělení na internetových serverech zastupovaných Media Club, s.r.o. či do tiskových titulů vydávaných FTV Prima, spol. s r.o. (dále „další média“).

Minimální povinnost Garance do dalších médií určuje Media Club dle výše sjednaného objemu Celkové garance Objednatele v Obchodní smlouvě:

Celková garance v Kč	Garance další média	CPP v Kč v případě nesplnění Garance do dalších médií
0 – 1 999 999	5 %	43 700
2 000 000 – 3 999 999	5 %	43 400
4 000 000 – 5 999 999	8 %	42 800
6 000 000 – 7 999 999	8 %	41 800
8 000 000 – 9 999 999	8 %	40 400
10 000 000 - 19 999 999	12 %	40 000
20 000 000 - 29 999 999	12 %	39 000
30 000 000 - 39 999 999	12 %	38 500
40 000 000 - 49 999 999	12 %	38 200
50 000 000 - 59 999 999	15 %	38 100
60 000 000 - 69 999 999	15 %	38 000
70 000 000 - 79 999 999	15 %	37 900
80 000 000 a více	15 %	37 900

Není-li výslovně dohodnuto v Obchodní smlouvě nebo nedohodl-li se Objednatel s Media Clubem výslovně jinak, je Garance další média rozdělena v přibližném poměru: 60 % (sponzoring klasický, sponzoring – injecktáže, speciální formáty komunikace, Product Placement), 35 % (online produkty, HbbTV) a 5 % (tisk). Přesný poměr rozdělení Garance další média určuje Media Club s tím, že reálná odchylka nesmí přesáhnout o pět procentních bodů poměry uvedené v předchozí větě.

Obchodní sdělení odvyšované prostřednictvím videospotů na internetových serverech v rámci Alokačního režimu Bundle Media Club započítávané jako e-GRP se nezapočítává do plnění Garance další média.

Pouze na základě písemné dohody s Media Clubem budou do dalších médií zahrnuty rozhlasové stanice.

V případě, že Objednatel nesplní svou Garanci do dalších médií, bude mu po skončení období trvání Obchodní smlouvy přepočítáno veškeré GRPs plnění dle Zvýšeného CPP pro tento případ uvedeného v tabulce výše. Objednatel je povinen na žádost Media Clubu písemně do 3 pracovních dnů po doručení takové žádosti potvrdit údaje Media Clubu o splnění či nesplnění Garance do dalších médií. Rozdíl v ceně plynoucí z přepočtu dle Zvýšeného CPP vyplývajícího z tabulky výše je Objednatel povinen Media Clubu zaplatit na základě opravného daňového dokladu (vrubopisu) do 30 dnů po jeho vystavení.

5. Definice ceny

CPP konkrétní kampaně je kalkulována jako kombinace CPP dle odstavce 3., cenových indexů, slev a příplatků dle jednotlivých bodů: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k) uvedených v odstavci 5. a dle jednotlivých bodů a), b) uvedených v odstavci 6.

a. Sezónní indexy

Kalendářní měsíc	Výše indexu
Leden	0,85
Únor	1,10
Březen	1,30
Duben	1,40
Květen	1,40
Červen	1,40
Červenec	0,85
Srpen	1,10
Září	1,50
Říjen	1,50
Listopad	1,50
1.–24.12.2024	1,50
25.–31.12.2024	1,10

b. Stopážové indexy

Délka spotu v sekundách	Výše indexu	Výše tandemového indexu *
10 a kratší stopáž	0,50	Nelze
15	0,77	0,85
20	0,90	1,00
25	1,00	1,20
30	1,05	1,30
35	1,25	1,40
40	1,45	1,60
45	1,60	1,70
50	1,75	1,85
55	1,90	2,00
60	2,00	2,10

*Tandemový spot je reklamní spot jednoho klienta rozdělený maximálně do tří částí umístěných v jednom reklamním bloku. Tandemový spot může obsahovat jen propagaci jednoho klienta.

c. OFF PRIME TIME index

OPT index aplikovaný pouze na ratingové body realizované v OPT je stanoven ve výši 0,95 a nárok Objednatele na použití indexu vzniká buď:

Garanci umístění minimálně 30 % z Celkové garance Objednatele (v Kč) do OPT v případě Objednatele, kde Celková garance je ve výši do 9 999 999,- Kč bez DPH nebo:

Garanci umístění minimálně 40 % z Celkové garance Objednatele (v Kč) do OPT v případě Objednatele, kde Celková garance je ve výši 10 000 000,- Kč bez DPH či vyšší.

Pokud podíl GRP do OPT překročí u objednávky 50 %, bude na OPT index aplikována přírážka 2 procentní body, (tj. aplikace OPT indexu 0,97)

Garance umístění plnění do OPT je pro Objednatele závazná a Objednatel je povinen umístění obchodních sdělení dle Garance dodržovat na každou kampaň / objednávku.

d. PRIME TIME index

PT index aplikovaný pouze na ratingové body realizované v PT je stanoven ve výši 1,1.

Pokud podíl GRP do PT překročí u objednávky 70 %, bude na PT index aplikována přírážka 2 procentní body, (tj. aplikace PT indexu 1,12).

Garance umístění plnění do PT je pro Objednatele závazná a Objednatel je povinen umístění obchodních sdělení dle Garance dodržovat na každou kampaň / objednávku.

e. Automatický příplatek za pozici v reklamním bloku

Příplatek ve výši 10 % z ceny daného konkrétního spotu je účtován za každou vyžádanou pozici v reklamním bloku.

f. Automatický alianční příplatek

Příplatek ve výši 5 % z ceny daného konkrétního spotu je účtován za každého další(ho) objednatel(e) / značky(u) prezentované(ho) v daném reklamním spotu. Prezentace každé(ho) další(ho) objednatel(e) / značky nesmí přesáhnout 20% délky reklamního spotu.

g. Příplatek za booking (5 % nebo 15 %)

V případě specifických požadavků na booking bude aplikována za každý jednotlivý požadavek přírážka 5 %. V případě specifického požadavku na časové rozložení GRPs a obchodních sdělení jako je například přesné rozložení GRPs pro určitý kalendářní týden v průběhu kampaně se navyšuje tento příplatek na 15 %. Na jakoukoliv další úpravu těchto požadavků v průběhu kampaně bude aplikován další příplatek 15 %.

h. Příplatek za umístění spotu do SUPER BREAKU (25 %)

V případě umístění spotu do SUPER BREAKU bude aplikována přírážka 25 %.

i. Příplatek za nevypořádaná hudební práva (0,5 %)

Příplatek 0,5 % bude účtován v případě, že Objednatel ve lhůtě pro dodání Materiálů pro vysílání neprokáže, že: a) ve spotu není obsažen žádný zvukový záznam vydaný k obchodním účelům (§ 72 odst. 2 autorského zákona) a zároveň b) Objednatel sám získal a vypořádal veškerá potřebná užívací oprávnění k hudebním dílům/záznamům/uměleckým výkonům obsaženým ve spotu, včetně prokázání vyloučení účinků hromadné smlouvy v případě rozšířené kolektivní správy (§ 97e autorského zákona).

j. Příplatek za pozdní booking (10 %)

V případě, že Objednatel objedná kampaň po lhůtě pro booking kampaní pro daný měsíc určené

v rezervačním systému Boost (dále jen „rezervační lhůta“) bude mu na kampaně aplikován příplatek za pozdní booking 10 %. Jestliže Objednatel po rezervační lhůtě navýší objednané kampaně, bude mu na navýšený rozpočet aplikován příplatek za pozdní booking 10 %.

k. Příplatek za PrimaPREMIUM (10 %)

Příplatek PrimaPREMIUM 10 % za premiový pořad: vlastní tvorba, uvedení nového pořadu apod. V programovém schématu či v Ceníku Media Clubu na daný měsíc bude vždy upřesněno, které pořady a reklamní bloky spadají do kategorie PrimaPREMIUM.

6. Motivace za včasný podpis, individuální klientská sleva

a) V případě, že Objednatel uzavře písemnou Obchodní smlouvu, kterou se zaváže objednat odvysílání obchodních sdělení v určitém finančním objemu za kalendářní rok 2024, nejpozději do 01.12.2023, bude aplikován OFF PRIME TIME index na úrovni 0,90 a zároveň PRIME TIME index na úrovni 1,05. V případě, že Objednatel uzavře písemnou smlouvu, kterou se zaváže objednat odvysílání obchodních sdělení v určitém finančním objemu za kalendářní rok 2024, nejpozději do 12.1.2024, bude aplikován OFF PRIME TIME index na úrovni 0,95 a zároveň PRIME TIME index na úrovni 1,05.

b) V závislosti na konkrétním sjednaném objemu, historii Objednatele a na dalších speciálních parametrech spolupráce Media Club a Objednatele mohou dohodnout individuální klientskou slevu.

7. Limity pro objemy GRP

Media Club si vyhrazuje právo nepřijímat, resp. negarantovat splnění objednávek, jejichž objem překročí následující limity s tím, že pro případ souběhu více kampaní jednoho Objednatele, které v úhrnu překročí uvedené limity, se tyto limity pro jednotlivou kampaň Objednatele snižují o 40 %.

Limity jsou stanoveny pro jednotlivého Objednatele, jednotlivou kampaň dle následující tabulky a pro stopáž obchodního sdělení o délce 30 sekund, přičemž

- Měsícem se rozumí 1 kalendářní měsíc
- Týdnem se rozumí 7 kalendářních dní (i přerušovaně)
- Dnem se rozumí 1 kalendářní den

Bundle	Měsíční limit	Týdenní limit	Denní limit
Bundle Media Club	1 000	250	35

Pro přepočítání limitů v případě jiné stopáže spotů než 30 sekund se používají následující indexy:

Stopáž spotu sec	Výše indexu
10	3,00
15	2,00
20	1,50
25	1,20
30	1,00
35	0,86
40	0,75
45	0,67
50	0,60
55	0,55
60	0,50

8. Mlčenlivost

V případě, že Objednatel (Agentura či Klient) poskytne či zpřístupní informace uvedené v obchodní nabídce či smlouvě s Media Clubem nebo informace s obchodní nabídkou či smlouvou související, které jsou podle Obchodní smlouvy či Obchodních podmínek kryty povinností mlčenlivosti, třetí osobě odlišné od Klienta, bude aplikována na CPP přírážka 10 %; tím nejsou dotčeny sankce dle Obchodní smlouvy či Obchodních podmínek.

Je-li Objednatel Agenturou, přičítá se poskytnutí či zpřístupnění informací dle předchozí věty Klientem třetí osobě Agentuře, jako kdyby tyto informace poskytla či zpřístupnila sama.

Ujednání uvedená přímo v Obchodní smlouvě mají v případě rozporu přednost před

Ceníkem. Tento Ceník platí pro šíření obchodních sdělení v období od 01.01.2024 dále.

Media Club si vyhrazuje právo změny Ceníku.