MEDIA CLUB, s.r.o.,
se sídlem: Praha 10 – Strašnice, Vinohradská 3217/167, PSČ: 100 00
IČO: 29413982, DIČ: CZ 29413982
zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 204565

CENÍK šíření Obchodních sdělení platný pro období od 1. 1. 2027

(Reklamní Spoty)

1 Obecné podmínky

1.1 Ceník stanoví Ceny šíření Obchodních sdělení na Televizních programech. Seznam Televizních programů je k dispozici u Dodavatele. Dodavatel může tento seznam kdykoli měnit.

1.2 Pojmy použité v tomto dokumentu mají stejný význam jako v Obchodních podmínkách.

1.3 **Ceny, Ceníkové CPP a Závazné objemy** uvedené v tomto Ceníku jsou v Kč bez DPH.

1.4 Ceníkové CPP je základní cena za jeden GRP/e-GRP v Závazné cílové skupině stanovená tímto Ceníkem pro jednotlivé úrovně Celkového závazného objemu.

1.5 **Electronic Gross Rating Point (zkráceně jen „e-GRP“)** představuje 1 % z počtu lidí v Závazné či Sekundární cílové skupině oslovených Obchodními sděleními se zvláštními parametry stanovenými Dodavatelem, která jsou šířena prostřednictvím Platforem a měřena Externím systémem a považuje se za GRP/TRP. Pro e-GRP se nestanovuje Super prime time, Prime time a Off prime time a neuplatňují se SPT, PT a OPT koeficienty; namísto nich se pro e-GRP aplikuje Koeficient e-GRP ve výši 2. Objednateli nevzniká nárok na dodání určitého objemu e-GRP.

1.6 **Off prime time** (dále jen „OPT“) je definován jako jakýkoliv vysílací čas mimo Prime time a Super prime time.

1.7 **Prime time** (dále jen „PT“) je definován jako vysílací čas v úseku mezi 17:30-23:30 hodinou s výjimkou Super prime time. V případě Televizních programů skupiny Óčko se jedná o vysílací čas mezi 11:00-18:00 hodin.

1.8 **Super prime time** (dále jen „SPT“) je vysílací čas na Televizním programu Prima mezi 19:30 hod a 21:30 hodin.

1.9 **Sekundární cílové skupiny** jsou:

a) Dospělí 15+

b) Dospělí 15-54

c) Dospělí 18-69

d) Dospělí 15-35

e) Dospělí 20-45 ABC

f) Dospělí 25-55 ABC

g) Dospělí 25-55 BCD

h) Dospělí 25-55

i) Dospělí 25+

j) Rodiny s dětmi 0-14

k) Hospodyně 18+

l) Hospodyně 18-50

m) Hospodyně 25-55

n) Muži 15-35

o) Muži 15-54

p) Muži 25-55

q) Muži 18+

r) Ženy 18+

s) Ženy 15-35

t) Ženy 15-54

u) Ženy 18+ s dětmi 0-14

v) Ženy 25-55

w) Ženy 25-40

1.10 Objednatel má možnost v Obchodní smlouvě vybrat nanejvýš 6 Sekundárních cílových skupin pro šíření Obchodních sdělení ve formě Reklamních Spotů. Rozložení jednotlivých Televizních programů pro šíření Obchodních sdělení dle Smlouvy o kampani optimalizuje Dodavatel s přihlédnutím k požadované Sekundární cílové skupině, dle sledovanosti vyplývající z Výzkumu sledovanosti, dle aktuální výkonnosti daných Televizních programů a dle dostupné kapacity pro šíření Obchodních sdělení.

1.11 **Závazná cílová skupina** je D 19-69 lidé ve věku 19 let do 69 let včetně žijící na území České republiky.

2 Cenové koeficienty

I. Daypart koeficienty

2.1 OPT koeficient je stanoven ve výši 1. OPT koeficient je aplikovaný na GRPs odvysílané dle Smlouvy o kampani v OPT.

2.2 PT koeficient je stanoven ve výši 1,15. PT koeficient je aplikovaný na GRPs odvysílané dle Smlouvy o kampani v PT.

2.3 SPT koeficient je stanoven ve výši 1,2. SPT koeficient je aplikovaný na GRPs odvysílané dle Smlouvy o kampani v SPT. Poměrem SPT, PT a OPT koeficientu se přepočítává počet

GRP/e-GRP/TRP při přesunu mezi časovými pásmy dle odst. 3.6 Obchodních podmínek.

II. Sleva za včasný podpis

2.4 V případě, že Objednatel uzavře Obchodní smlouvu se Závazným obdobím pro rok 2027 nejpozději:

a) do 4.12.2026, bude mu poskytnuta Sleva za včasný podpis ve výši 10 % z Ceníkového CPP.

b) do 15.01.2027, bude mu poskytnuta Sleva za včasný podpis ve výši 5 % z Ceníkového CPP.

III. Sleva nový klient

a) Sleva nový klient v kategorii Nový klient B činí 5 % z Ceníkového CPP.

b) Sleva nový klient v kategorii Nový klient A činí 10 % z Ceníkového CPP.

IV. Stopážové koeficienty

Časová délka Spotu v sekundách	**Výše koeficientu**	**Výše koeficientu pro Tandemový Spot**
10 a kratší délka Spotu	0,50	Nelze
15	0,8	0,88
20	0,95	1,05
25	1,10	1,30
30	1,15	1,40
35	1,35	1,50
40	1,55	1,70
45	1,70	1,80
50	1,90	2,00
55	2,10	2,20

60	2,30	2,40

V. Sezónní koeficienty

Kalendářní měsíc / období	Časové období	Výše koeficientu
Leden	Low season	0,90
Únor	Medium season	1,25
Březen	High season	1,40
Duben	High season	1,40
Květen	High season	1,45
Červen	High season	1,45
Červenec	Low season	0,90
Srpen	Medium season	1,20
Září	High season	1,55
Říjen	High season	1,55
Listopad	High season	1,55
1.–24.12.2027	High season	1,50
25.–31.12.2027	Medium season	1,10

VI. Příplatky a slevy

Poziční příplatek (10 %)

Příplatek ke Klientskému CPP ve výši 10 % k Reklamnímu Spotu umístěnému na vyžádané pozici v Reklamním bloku.

Alianční příplatek (15 %)

Příplatek ke Klientskému CPP ve výši 15 % za každého dalšího Klienta, jeho produkt či značku v Aliančním Spotu.

Příplatek za booking (5 % nebo 15 %)

Příplatek ke Klientskému CPP ve výši 5 % za každý jednotlivý specifický požadavek na booking Reklamních Spotů. V případě specifického požadavku na časové rozložení šíření Obchodního sdělení jako je například přesné rozložení GRPs pro určitý kalendářní týden v průběhu Reklamní Kampaně se navyšuje tento příplatek na 15 %. Na jakoukoliv další úpravu těchto požadavků v průběhu Reklamní Kampaně bude aplikován další Příplatek za booking 15 %.

Příplatek za nevypořádaná hudební práva (0,5 %)

Příplatek ke Klientskému CPP ve výši 0,5 % bude účtován v případě, že Objednatel ve lhůtě pro dodání Materiálů pro vysílání neprokáže, že: a) v Reklamním 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 v Reklamním Spotu, včetně prokázání vyloučení účinků hromadné smlouvy v případě rozšířené kolektivní správy (§ 97e autorského zákona).

Příplatek za pozdní booking (10 %)

V případě, že Objednatel zašle Objednávky pro šíření Obchodních sdělení pro Reklamní Spoty po Lhůtě pro podávání Objednávek určené Dodavatelem, bude mu ke Klientskému CPP aplikován Příplatek za pozdní booking 10 %. Jestliže Objednatel po Lhůtě pro podávání Objednávek navýší Výslednou cenu Smlouvy o kampani, bude mu na navýšenou Výslednou cenu aplikován Příplatek za pozdní booking 10 %.

Příplatek za Super break (35 %)

V případě umístění Reklamního Spotu do Super breaku na Televizním programu Prima bude aplikován příplatek 35 % ke Klientskému CPP.

Individuální klientská sleva

Individuální klientská sleva je rozdíl mezi Ceníkovým CPP a Klientským CPP sjednaným v Obchodní smlouvě. Poskytnutí Individuální klientské slevy ani jiné odchylky od parametrů tohoto Ceníku není nárokové; Objednatel tuto slevu pozbývá za podmínek odst. 15.2 Obchodních podmínek a Dodavatel je oprávněn provést Rekalkulaci dle odst. 10.7 Obchodních podmínek.

VII. **Ceníkové CPP**

Ceníkové CPP v Závazné cílové skupině D 19-69 pro jednotlivé úrovně Celkového závazného objemu Objednatele (avšak pro účely tohoto ustanovení nepočítaje v to Celkový závazný objem připadající na Rozhlasové programy).

Celkový závazný objem	**Ceníkové CPP**
0 – 1 999 999	58 200
2 000 000 – 3 999 999	57 700
4 000 000 – 5 999 999	57 450
6 000 000 – 7 999 999	56 600
8 000 000 – 9 999 999	55 200
10 000 000 – 19 999 999	54 600
20 000 000 – 29 999 999	53 600
30 000 000 – 39 999 999	53 400
40 000 000 – 49 999 999	53 000
50 000 000 – 59 999 999	52 900

VIII. Cena za šíření Obchodního sdělení dle Smlouvy o kampani

Výsledná cena za šíření Obchodního sdělení se vypočte na základě počtu GRP/e-GRP/TRP dle Výzkumu sledovanosti a Klientského CPP sjednaného v Obchodní smlouvě, a není-li sjednáno, Ceníkového CPP, na které jsou aplikovány příslušné cenové koeficienty a příplatky a uplatněny příslušné slevy, vše stanovené v tomto Ceníku (odst. 13.2 a 16.2 Obchodních podmínek).

IX. Nákup jednotlivých Televizních programů

O rozložení a umisťování Obchodních sdělení na jednotlivých Televizních programech rozhoduje Dodavatel dle svého uvážení (dle odst. 3.3 Obchodních podmínek).

Smlouvou lze sjednat šíření Spotů s omezením jen na nejvýše 3 určené Televizní programy, a to pouze za Ceníkové CPP dle tohoto Ceníku. Sleva z Ceníkového CPP pro tyto případy se poskytuje pouze v rozsahu stanoveném níže v tabulce.

Počet určených Televizních programů, na které je omezeno šíření Obchodních sdělení	Výše slevy z Ceníkového CPP
2	3 %
3	5 %

Další sleva se neposkytuje.

X. Limity GRPs pro Smlouvy o kampani

Dodavatel si vyhrazuje právo odmítnout uzavření Smlouvy o kampani či neposkytnout plnění dle Smlouvy o kampani přesahující následující limity GRPs. Pro případ souběhu více Smluv o kampani jednoho Objednatele, které v úhrnu překročí uvedené limity, se tyto limity pro jednotlivou Smlouvu o kampani Objednatele snižují o 40 %. Neposkytnutí plnění nad Limity GRPs není porušením Smlouvy o kampani.

Limity jsou stanoveny pro jednotlivého Objednatele, jednotlivou Smlouvu o kampani a pro časovou délku Reklamního Spotu 30 sekund, dle následující tabulky, přičemž

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

Smlouva o kampani	**Měsíční limit**	**Týdenní limit**	**Denní limit**
	900	210	30

Pro přepočet Limitů GRPs v případě jiné časové délky Reklamního Spotu než 30 sekund Dodavatel uplatňuje následující koeficienty:

Časová délka Spotu v sekundách	Výše koeficientu
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

XI. **Prodej na jinou Závaznou cílovou skupinu než D 19-69** (dále jen „**Prodej na TRP**“)

Objednatel může s Dodavatelem v Obchodní smlouvě uzavřít šíření Obchodního sdělení na jinou Závaznou cílovou skupinu, než je D 19-69. V takovém případě se jedná o Prodej na TRP. Objednatel pro Prodej na TRP může vybrat Sekundární cílovou skupinu uvedenou v odst. 1.9 tohoto Ceníku.

V případě Prodeje na TRP je šíření Obchodního sdělení plánováno na straně Dodavatele s tím, že Dodavatel bude dle svého uvážení alokovat TRP na Televizních programech dle jejich sledovanosti v jednotlivých Sekundárních cílových skupinách vyplývající z Výzkumu sledovanosti.

Pro Prodej na TRP platí Limity GRPs a Ceníkové CPP pro Smlouvy dle tohoto Ceníku přepočtené dle koeficientů pro Sekundární cílové skupiny. Koeficienty Sekundárních cílových skupin jsou uvedeny v příloze tohoto Ceníku.

XII. Nedodržení závazků k Závaznému objemu a dalších závazků z Obchodní smlouvy (tzv. Rekalkulace)

V případě, že Objednatel řádně nesplní Celkový závazný objem nebo jiný závazný parametr Obchodní smlouvy (zejména Závazný objem OMK, Závazný objem Off prime, Závazný objem pro low season, Závazný objem kratších stopáží či Investiční garance), je Dodavatel oprávněn provést Rekalkulaci dle odst. 10.7 Obchodních podmínek a vyúčtovat smluvní pokuty dle odst. 10.2 a 10.5 Obchodních podmínek a doplatky dle odst. 10.3 a 10.6 Obchodních podmínek.

XIII. Mlčenlivost

Objednatel není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu Dodavatele sdělit či zpřístupnit třetí osobě Důvěrné informace nebo Obchodní tajemství či jakoukoli jejich část. Bude-li však tomu Objednateli Dodavatelem udělen souhlas, není Objednatel oprávněn tyto informace poskytnout či zpřístupnit dané třetí osobě dříve, než Dodavateli doloží, že tuto třetí osobu zavázal mlčenlivostí alespoň v tom samém rozsahu a pod stejně vysokou smluvní pokutou. Za každý případ porušení povinnosti dle tohoto odstavce je Objednatel povinen zaplatit na výzvu Dodavatele smluvní pokutu ve výši 10 % ze sjednaného Celkového závazného objemu, přičemž pokud není sjednán, pak 500.000,- Kč.

Ujednání uvedená přímo v Obchodní smlouvě mají v případě rozporu přednost před Ceníkem. Tento Ceník platí pro šíření Obchodních sdělení na Televizních programech v období od 01.01.2027 dále.

Dodavatel si vyhrazuje právo změny tohoto Ceníku za podmínek čl. 14 Obchodních podmínek.