

**Příloha k SMLUVNÍM OBCHODNÍM PODMÍNKÁM pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v programech FTV Prima, spol. s r.o.**

**CENÍK**

**1. Obecné podmínky**

- a. Ceník obsahuje cenové podmínky vysílání obchodních sdělení na Televizních programech Prima group, kterými jsou k datu vydání tohoto ceníku televizní programy Prima family, Prima COOL a Prima love
- b. Cílové skupiny pro prodej obchodních sdělení plánovaných objednatelem a prodej obchodních sdělení plánovaných na „realitu“
  - Dospělí 15+
- c. Cílové skupiny pro prodej obchodních sdělení plánovaných na cílové skupiny
  - Dospělí 15+
  - Dospělí 25-54
  - Muži 25-54
  - Ženy 25-54
  - Ženy 18-49
  - Hospodyně 18-54
  - Dospělí 15-40
  - Dospělí 15-49
  - Dospělí 20-60
  - Dospělí 35-65 ABC
- d. Ceny za ratingový bod (dále jen „CPP“ nebo „CPP pro cílové skupiny“) se vztahuje k cílové skupině Dospělí 15+a ke spotům o délce 30 sekund.
- e. Všechny částky v Kč v tomto ceníku jsou uvedeny před odečtením agenturní provize (media net) a bez DPH
- f. Prime – time (dále jen „PT“) je definován jako vysílací čas mezi 18:00-23:00 hodinou
- g. Off-prime time (dále jen „OPT“) je definován jako jakýkoliv vysílací čas mimo PT

2. Poměr rozložení na jednotlivých TV programech z Televizních programů Prima Group je pro období 1.3.2012 – 31.12.2012 stanoven následovně: Prima family 81%, Prima COOL 14% a Prima love 5%.

FTV Prima si vyhrazuje právo změny Poměru rozložení na jednotlivých televizních programech dle tohoto bodu pouze

- a. k 31.7.2012 s účinností pro období 1.9.2012 – 31.12.2012, přičemž tento poměr bude stanoven z průměrného vzájemného poměru programů Prima group na SOV v cílové skupině Dospělí 15+ za období 1.1.2012 až 30.6.2012;
- b. Kdykoliv v případě, že skutečný poměr SOV programů Prima group v cílové skupině Dospělí 15+ za předchozí 2 po sobě jdoucí kalendářní měsíce se bude lišit od aktuálně platného poměru SOV o více než 30 procentních bodů,

- c. Kdykoliv v případě, že aktuálně platný poměr rozložení na jednotlivé TV programy nebude zahrnovat takový televizní program provozovaný FTV, jehož SOV v cílové skupině Dospělí 15+ je vyšší nebo roven 1%.

### 3. CPP

Pokud není příslušnou Obchodní smlouvou dohodnuto jinak, CPP pro období 1.3.2012 – 31.12.2012 a pro jednotlivé úrovně net investic zadavatele je stanoveno následovně:

Net investice	CPP
1- 999.999,- Kč	27 850
1.000.000 - 2.499.999,-Kč	22 300
2.500.000 - 4.999.999,-Kč	20 900
5.000.000 - 7.499.999,-Kč	19 500
7.500.000 - 9.999.999,-Kč	18 100
10.000.000 - 12.499.999,-Kč	17 500
12.500.000 - 14.999.999,-Kč	17 000
15.000.000 - 17.499.999,-Kč	16 500
17.500.000 - 19.999.999,-Kč	16 100
20.000.000 - 22.499.999,-Kč	15 700
22.500.000 - 24.999.999,-Kč	15 400
25.000.000 - 27.499.999,-Kč	15 000
27.500.000 - 29.999.999,-Kč	14 700
30.000.000 - 32.499.999,-Kč	14 300
32.500.000 - 34.999.999,-Kč	13 900
35.000.000 - 37.499.999,-Kč	13 500
37.500.000 - 39.999.999,-Kč	13 000
40.000.000 - 42.499.999,-Kč	12 500
42.500.000 - 44.999.999,-Kč	12 000
45.000.000 - 49.499.999,-Kč	11 500
50.000.000 - 59.999.999,-Kč	10 900
60.000.000 - 69.999.999,-Kč	10 200
70.000.000 -79.999.999,-Kč	9 900
80.000.000 -89.999.999,-Kč	9 500
90.000.000 -99.999.999,-Kč	9 200
100.000.000 -124.999.999,-Kč	8 900
125.000.000 -149.999.999,-Kč	8 500
150.000.000 a více	individuální cena

Net investicí se rozumí částka před odečtením agenturní provize.

### 4. Definice ceny

Cena konkrétní kampaně je kalkulována jedním z uvedených tří způsobů:

- V případě kampaní dle bodu 1b) kombinace **CPP** a cenových indexů a), b), c), d), e), f) uvedených v této kapitole
- V případě kampaní typu 1c) kombinace **CPP pro cílové skupiny** a cenových indexů a), b), e), f), g) uvedených v této kapitole
  - a. Sezónní indexy

Měsíc	Výše indexu
Leden	0,8
Únor	0,85
Březen	1,15
Duben	1,35
Květen	1,3
Červen	1,2
Červenec	0,8
Srpen	0,8
Září	1,2
Říjen	1,35
Listopad	1,3
1.-23. Prosinec	1,2
24.-31. Prosinec	0,8

b. Stopážové indexy

Délka spotu v sekundách	Výše indexu
10	0,5
15	0,77
20	0,9
25	0,95
30	1
35	1,25
40	1,45
45	1,6
50	1,75
55	1,9
60	2

c. OPT index

OPT index je stanoven ve výši 0,75 a nárok zadavatele na použití indexu vzniká

- Garancí umístění minimálně 30% z celkového garantovaného reklamního plnění zadavatele (v Kč) do OPT v případě zadavatele, kde toto garantované reklamní plnění je ve výši do 10 000 000,- Kč včetně v úrovni brutto ceny bez DPH
- Garancí umístění minimálně 40% z celkového garantovaného reklamního plnění zadavatele (v Kč) do OPT v případě zadavatele, kde toto garantované reklamní plnění je ve výši nad 10 000 000,- Kč v úrovni brutto ceny bez DPH

d. Speciální příplatek za pozici v reklamním bloku

Příplatek ve výši 30% z ceny daného konkrétního spotu je účtován za každou první a poslední vyžádanou pozici v reklamním bloku;

Příplatek ve výši 25% z ceny daného konkrétního spotu je účtován za každou vyžádanou pozici v reklamním bloku vyjma první a poslední pozice.

e. Speciální příplatek za alianční(ho) partnera/partnery ve spotu

Příplatek ve výši 15% z ceny daného konkrétního spotu je účtován za další(ho) klienta(y) / značku(y) prezentované(ho) v daném reklamním spotu.

f. Index cílové skupiny (dále jen „CS index“)

PODÍLY KANÁLŮ FTV PRIMA PŘI SPOLEČNÉM PRODEJI (HODNOTA STANOVÍ PODÍL Z PRIMA BUNDLE V %) *										
KANÁL	CÍLOVÁ SKUPINA									
	D15+	D25-54	M25-54	Ž25-54	Hosp. 18-54	D15-40	Ž18-49	D15-49	D20-60	D35-65 ABC
PRIMA	81	79	78	80	80	71	78	74	80	86
PRIMA COOL	14	15	20	13	13	23	14	21	15	11
PRIMA LOVE	5	6	2	7	7	6	8	5	5	3

VYPOČTENÉ PARAMETRY										
	D15+	D25-54	M25-54	Ž25-54	Hosp. 18-54	D15-40	Ž18-49	D15-49	D20-60	D35-65 ABC
AFINITA	1,00	0,87	0,74	1,00	1,05	0,70	0,91	0,77	0,88	1,00
CENOVÝ INDEX	1,00	1,15	1,35	1,00	0,95	1,43	1,10	1,30	1,13	1,00
SHARE (celodenní)	21,22	20,57	18,73	22,24	21,89	22,14	22,80	21,56	20,80	19,90

g. Index PT/OPT

Index PT/OPT pro období 1.3.2012-31.12.2012 je stanoven ve výši 0,875.

**5. Limity pro objemy GRP / TRP**

FTV Prima si vyhrazuje nepřijímat, resp. negarantovat realizaci objednávek, kterých objem překročí uvedené limity.

Limity jsou stanoveny pro jednotlivého klienta a jednotlivou kampaň dle následující tabulky, přičemž

- Měsícem se rozumí 1 kalendářní měsíc březen, duben, květen, červen, září, říjen, listopad a prosinec ve dnech 1.-23.12.2012
- Týdnem se rozumí 7 kalendářních dní (i přerušovaně)
- Dnem se rozumí 1 kalendářní den

Cílová skupina	Měsíční limit GRP	Týdenní limit TRP	Denní limit TRP
Dospělí 15+	1 250	-	-
Dospělí 25-54	-	260	37
Muži 25-54	-	200	29
Ženy 25-54	-	300	43
Hospodyně 18-54	-	320	46
Dospělí 15-40	-	190	27
Ženy 18-49	-	260	37
Dospělí 15-49	-	200	29
Dospělí 20-60	-	260	37
Dospělí 35-65 ABC	-	300	43

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

<b>Stopáž spotu (sekundy)</b>	<b>Výše indexu</b>
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

**Ceník platí pro smlouvy s účinností v období od 1.3.2012 a dále.**

**FTV Prima si vyhrazuje, pokud není uvedeno jinak, právo změny ceníku, kterou je povinna oznámit minimálně 1 měsíc před vstupem změny ceníku v účinnost.**