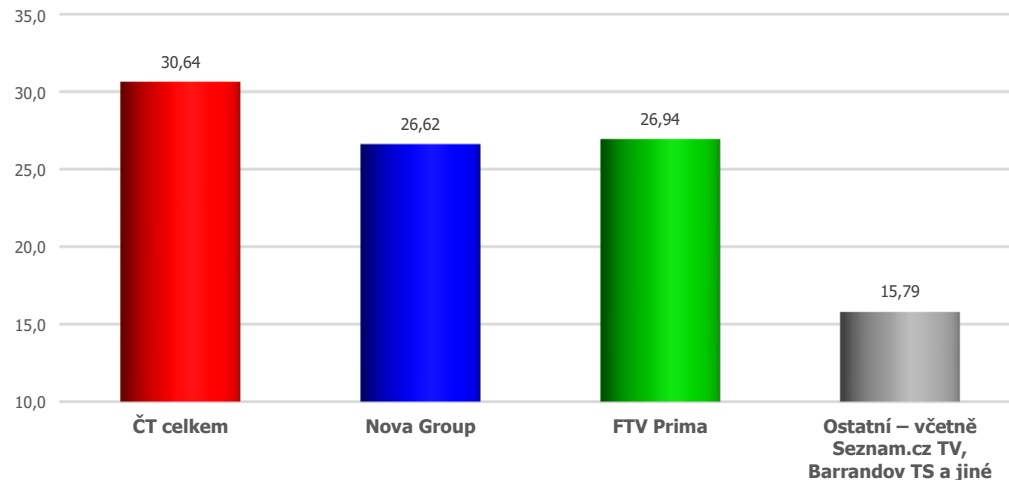


OBCHODNÍ POLITIKA ČT pro rok 2025

ČT na televizním trhu

- » ČT je v celoročním průměru dlouhodobě nejsledovanější TV skupinou u cílové skupiny dospělí 15+.
- » Podíl kanálů ČT na celkové sledovanosti za listopad 2023 – říjen 2024 činí **30,64 %** diváků starších 15-ti let.

Share – hlavní skupiny
listopad 2023 – říjen 2024, celý den, dospělí 15+



Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, sledování: živé TV + TS0-3 ke dni 4.11.2024

ČT – podíl a zásah jednotlivých stanic

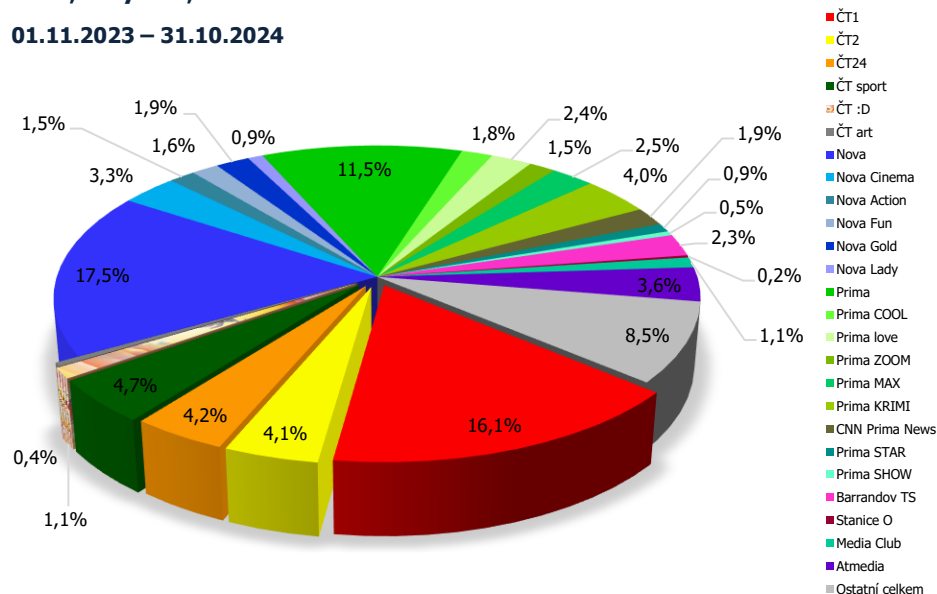
- » **7 mil.** diváků 15+ – průměrný měsíční Reach **ČT celkem**
- » **5,9 mil.** diváků 15+ – průměrný týdenní Reach **ČT celkem**

- » **6,4 mil.** diváků 15+ – průměrný měsíční Reach **ČT1**
- » **5,1 mil.** diváků 15+ – průměrný týdenní Reach **ČT1**

- » **5,8 mil.** diváků 15+ – průměrný měsíční Reach **ČT sport + ČT2**
- » **4,2 mil.** diváků 15+ – průměrný týdenní Reach **ČT sport + ČT2**

listopad 2023 – říjen 2024
podmínka Rch: 3 min. souvisle
sledování: živé TV + TS0

Share, Celý den, 15+
01.11.2023 – 31.10.2024

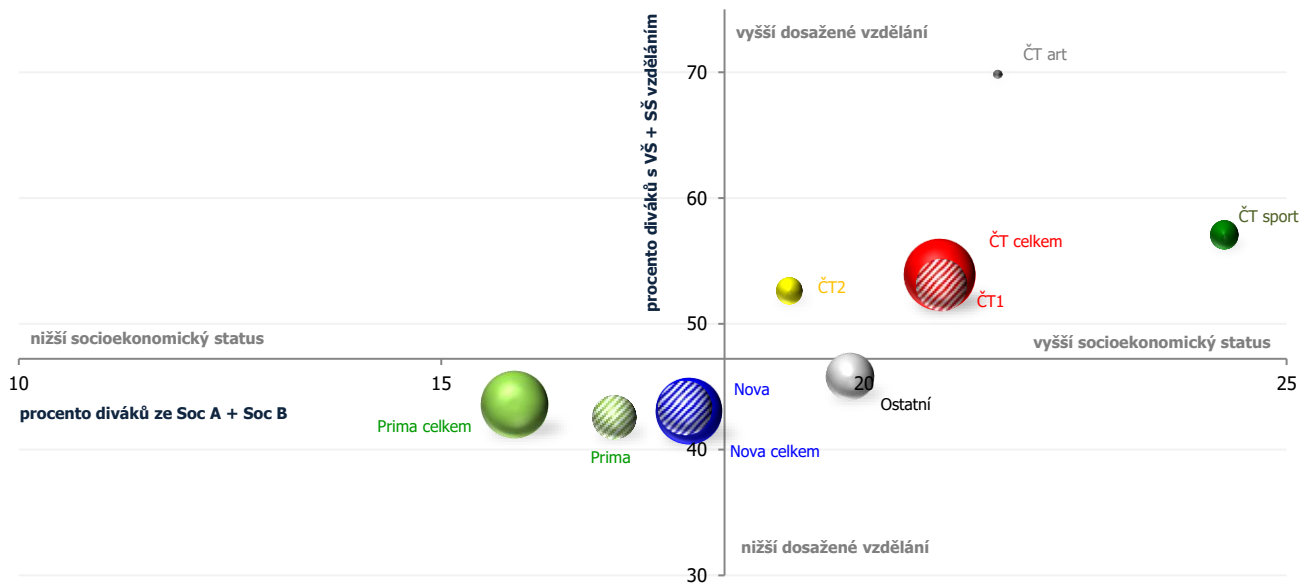


Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, sledování: živé TV + TS0-3 ke dni 4.11.2023

ČT – divácké skupiny

Struktura diváků vzhledem ke vzdělání a socioekonomické klasifikaci

01.11.2023 – 31.10.2024

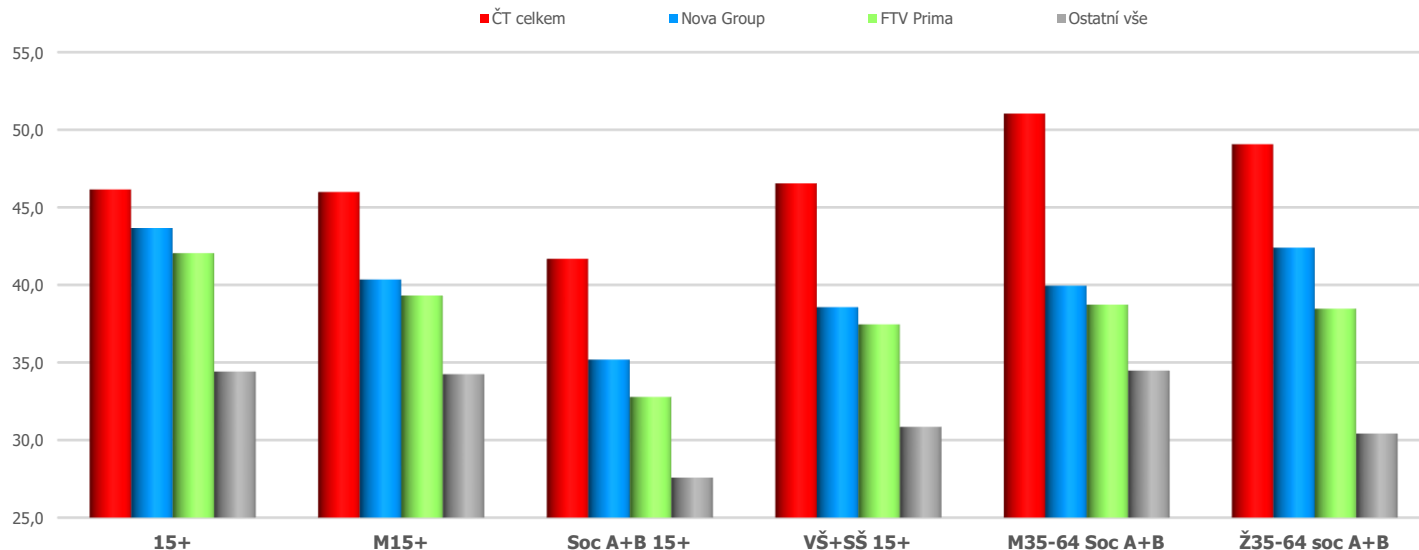


Velikost bubliny je daná průměrným ratingem 15+.

Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, Sledování: živé TV + TS0-3 ke dni 4.11.24

ČT – divácké skupiny

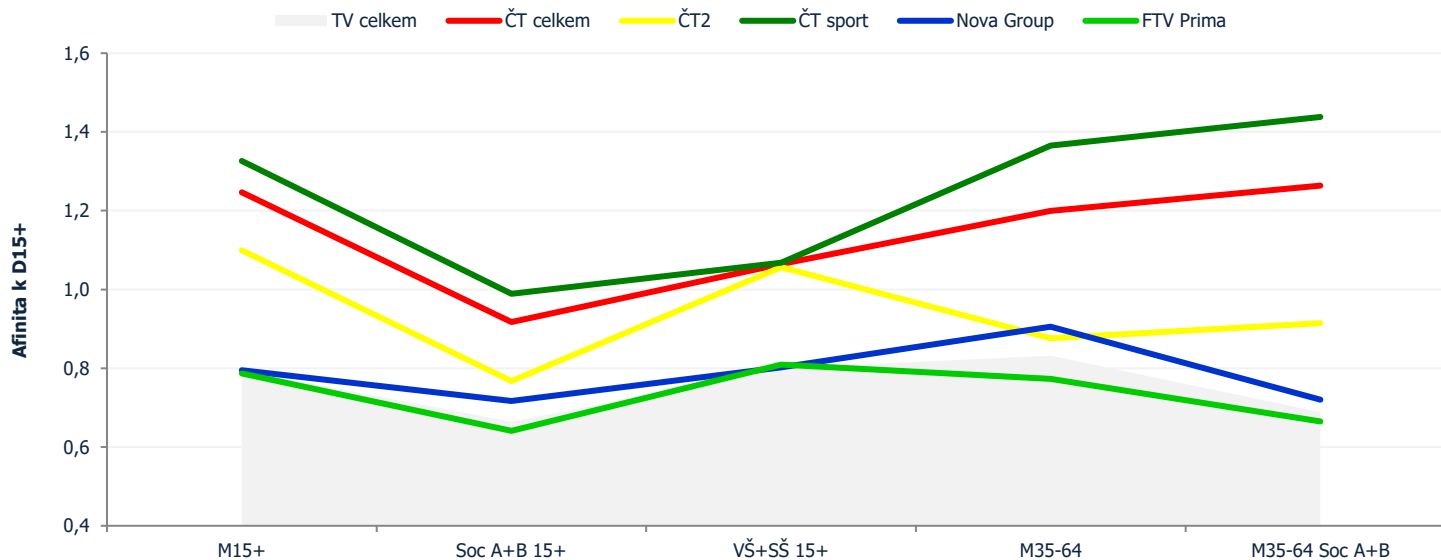
**Průměrný denní Reach (%) pro vybrané cílové skupiny
01.11.2023 – 31.10.2024**



Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, sledování: živé TV + TS0 ke dni 4.11.2024, podmínka Rch: 3 min. souvisle

ČT – reklamní bloky

Reklamní bloky - afinita vybraných cílových skupin vzhledem k 15+
01.11.2023 – 31.10.2024



Zdroj: ATO – Nielsen Admosphere, sledování: živé TV + TS0-3 ke dni 4.11.2024

Základní principy

- » **Nákupní cílová skupina 15+**
- » **Ceníky sponzoringu**
- » **Individuální negoce podmíněk GRP prodeje s mediálními agenturami a klienty**
- » **Samostatné obchodní nabídky pro významné sportovní události**

Sezónní koeficienty

Měsíc	Sezonní koeficient
Leden	0,8
Únor	1,15
Březen	1,35
Duben	1,55
Květen	1,55
Červen	1,5
Červenec	0,9
Srpen	1,15
Září	1,7
Říjen	1,7
Listopad	1,7
Prosinec (do 21. 12. 2025)	1,5
Prosinec (od 22. 12. 2025)	0,8

- Základní CPP v cílové skupině D15+ pro období 1. 1. 2025 – 31. 12. 2025 je stanoveno na 31 900 Kč.

Spotová reklama – stopážové koeficienty a příplatky

Délka spotu (sec)	Stopážový koef.
10	0,55
15	0,85
20	1
25	1,25
30	1,5
35	1,75
40	2
45	2,25
50	2,5
55	2,75
60	3

Typ příplatku	Příplatek
První/poslední pozice v bloku	30%
Vyžádaná pozice v bloku	20%
Druhý produkt	15%

Sponzoring, Product Placement

» **Cena stanovena pro jednotlivé pořady**

» **Možnosti**

- Sponzoring pořadu
- Sponzoring programu, sponzoring u upoutávek
- Injektáže

» **Možnost nákupu garantovaných sponzorských kampaní**

- Garance dodání objednaného počtu GRP
- CS 15+
- Prodej na měsíční bázi
- Prioritně floatingový prodej

MSLH 2025 – základní informace



- » Termín: **9. – 25. května 2025**
- » Místo konání: **Švédsko, Dánsko**
 - Švédsko – Stockholm, Avicii Arena, kapacita 13 650 diváků
 - Dánsko – Herning, Jyske Bank Boxen, kapacita 12 000 diváků



Skupina A (Stockholm)	Skupina B (Herning)
Kanada	Švýcarsko
Finsko	Česko
Švédsko	USA
Slovensko	Německo
Lotyšsko	Dánsko
Rakousko	Norsko
Francie	Kazachstán
Slovinsko	Maďarsko

MSLH 2025 – možnosti

» Reklama

- Platné CPP klienta navýšené o koeficient k MSLH 2025 ve výši **1,6**

» Sponzoring

- Sponzoring přímých přenosů – před, po třetině, v power-breaku
- Sponzoring programu – upoutávky
- Injektáž – uvnitř studií a zápasů

» Speciální operace



Internet

» Možnosti nasazení reklamy

» na webu ČT:

- Upravuje zákon o ČT
- Obchodní sdělení může být umístěno pouze jako součást přehrávání VOD na webu ČT (Pre-roll, Post-roll)
- Prodej prostoru 30s před a za videem
- Nasazení až dvou Pre-rollů

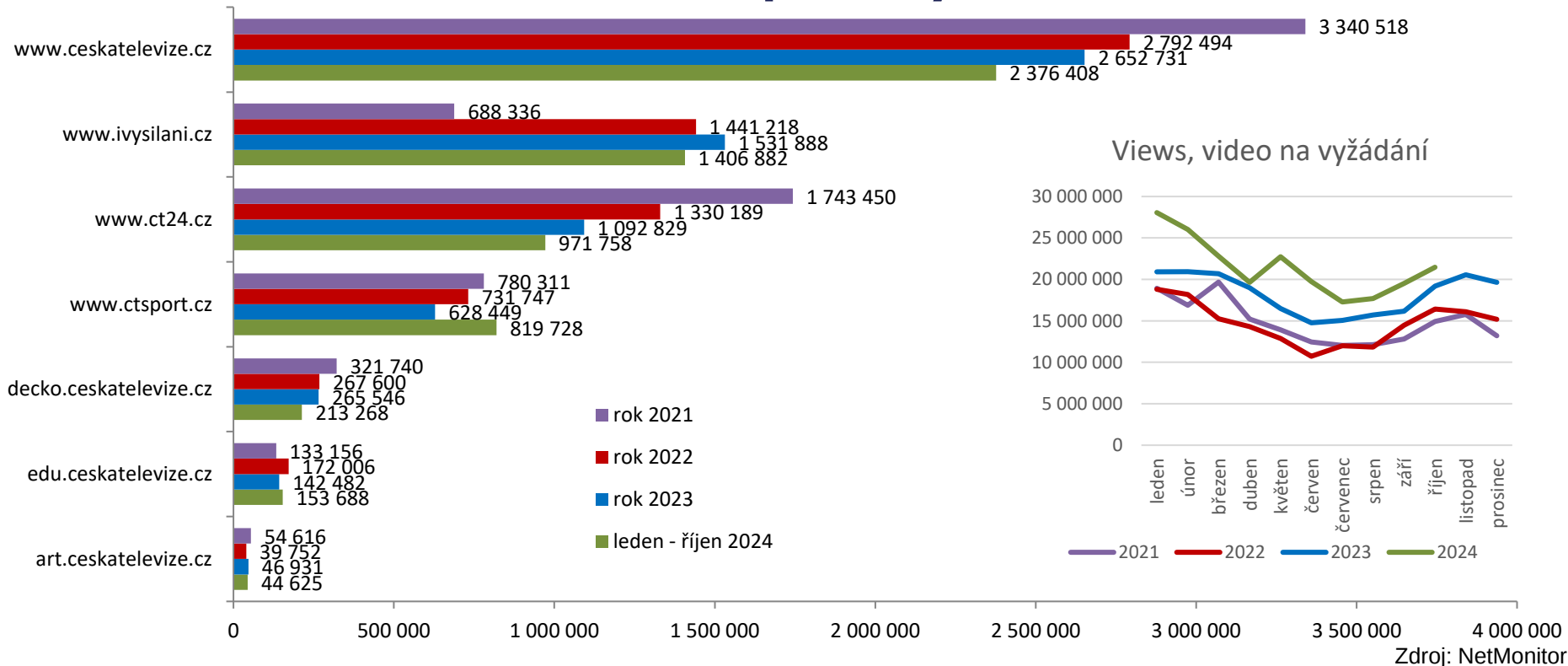
» v Hbb TV ČT:

- Obchodní sdělení může být umístěno v aplikaci iVysílání v Hbb TV(Pre-roll)
- Prodej prostoru 30s před a za videem

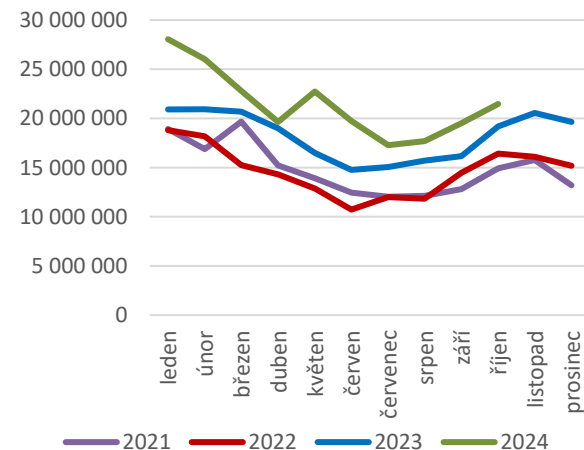
» v aplikacích ČT:

- Obchodní sdělení může být umístěno v aplikaci ČTsport (Splashscreen)
- Zobrazení statického sdělení partnera po dobu 3 s při startu aplikace

Návštěvnost webů ČT – měsíční průměry - reální uživatelé



Views, video na vyžádání

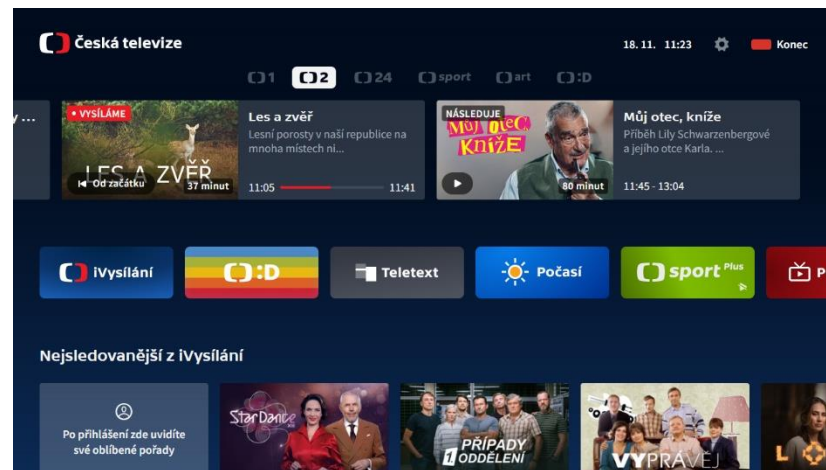


Zdroj: NetMonitor

Internet

» HbbTV – Červený bod ČT

- HbbTV sjednocuje výrobce přijímačů a vysílatele s cílem, aby interaktivní služby byly v televizorech různých značek. Univerzálnost použití zaručuje logo HbbTV.
- Až 2,8 mio unikátních diváků pravidelně vidí červený bod na televizoru
- Počet domácností aktivně používajících HbbTV:
 - 1,2mio. domácností, (PEM D 10/2024)
- Aktivní uživatelé HbbTV ČT 2024
 - 925tis unikátních aktivních uživatelů
- ČT je aktivní v HbbTV již od roku 2012, např. iVysílání, MS v hokeji, MS ve fotbale, Teletext, Panorama, dětské hry atd.



Internet

» Nasazení

» iVysílání na webu a v HbbTV:

- Poměr rozdělení na jednotlivých platformách dle investovaného rozpočtu:
 - WEB: 70%
 - HbbTV: 30%

» Koeficienty:

» Koeficient cílení k pořadům: 1,5

» Sezónní koeficienty:

- Low season: leden, únor, červenec, srpen, prosinec (od 22.12.2025): 0,9
- Mid season: březen, červen, září: 1
- High season: duben, květen, říjen, listopad, prosinec (do 21.12.2025): 1,2

» Stopáž 30 s: 1,3

» Propagace více značek: 1,3

» Základní CPT:

» CPT Preroll 15s: 390 Kč

» CPT Postroll 15s: 140 Kč

Obchodní možnosti - shrnutí

Kanál	Spotová reklama	Sponzoring pořad, program, minipořady	Product Placement	Teleshopping
ČT1	omezeně	ano	ano	nelze zařadit
ČT2	ano	ano	ano	
ČT24	komerční sdělení nelze zařadit			
ČT sport	ano	ano	ano	
ČT :D	komerční sdělení nezařazujeme			
ČT art	ne	ano	ano	
Online	Preroll, Postroll u videa na vyžádání			

DĚKUJEME ZA POZORNOST