**PŘÍLOHA č. 1 - Specifikace požadavků na televizní vysílání v České republice**

**Televizní vysílání v České republice:**

1. Objednatel požaduje vysílání spotů ve stanovených počtech opakování a stanovených

termínech, a to v souladu s Finálním mediaplánem odsouhlaseným Objednatelem:

2. Televizní vysílání v České republice: v období od 4. 12. 2023 do 31. 12. 2023 Objednatel

požaduje oslovení co nejširšího záběru diváků a s maximálním zásahem cílové skupiny: 25 – 55

let.

3. Objednatel požaduje realizaci komplexní, časově i územně ucelené a maximálně efektivní

kampaně.

4. Objednatel požaduje, aby vysílání spotů splňovalo následující kritéria:

a. délka spotu: 20 s

b. cílová skupina: široká veřejnost se zájmem o kulturu, obzvláště klasickou hudbu

c. seznam akceptovaných TV stanic: Česká televize (ČT 1, ČT 2, ČT 24, ČT art) Prima,

CNN Prima News, Nova Group (Nova, Nova Cinema, Nova Action, Nova Gold)

d. cílová skupina: dospělí (D) 25 – 55 let

e. celková cena kampaně: 1 500 000 Kč

f. termín kampaně: od 4. 12. 2023 do 31. 12. 2023

g. odvysílání minimálně 5 propagačních spotů v hlavním vysílacím čase, tj. od 17.30 do

23.30

h. odvysílání minimálně 30 propagačních spotů ve vedlejším vysílacím čase, tj. od 23.30

do 17.30

5. Objednatel požaduje vypracování a dodání Finálního mediaplánu, resp. jeho předmětné části

pro vysílání v televizích s celostátní působností na území České republiky, a to nejpozději 15 dnů

před zahájením vysílání. Tento Finální mediaplán musí zahrnovat minimálně níže uvedené:

1) délka spotu: 20 s

2) specifikace nákupní cílové skupiny

3) specifikace navrhovaných TV stanic

4) cílová skupina: dospělí (D) 25 – 55 let

5) celková cena kampaně: 1 500 000 Kč

6) termín kampaně (konkrétně od - do):

7) délka kampaně – počet týdnů a jejich specifikace

8) počet odvysílání

9) celkový počet TRP (TRP = GRP pro cílovou skupinu)

10) rozložení GRP na jednotlivé TV stanice

11) počet odvysílání spotů v jednotlivých TV stanicích

12) frekvence (OTS)

13) konkrétní seznam - Spot List s následujícími konkrétními údaji u každého vysílání

spotu

- datum a čas vysílání

- specifikace reklamního bloku

- pořad, u kterého je reklamní blok

- pozice bloku (před pořadem, po pořadu, uvnitř pořadu - break)

- GRP / TRP spotu (tj. hodnota GRP v době vysílání spotu)

6. Objednatel požaduje reporting –Závěrečnou zprávu informující Objednatele celkově a

kompletně o efektivnosti televizní kampaně v České republice. Závěrečná zpráva musí být

objednateli předána do 30 kalendářních dnů od ukončení kampaně, tj. nejpozději k 31. 01.

2024 a musí obsahovat údaje o efektivitě kampaně, resp. televizním vysílání v České republice.

Ze Závěrečné zprávy budou vyplývat případná nedodržení parametrů/hodnot ve smyslu snížení

efektivity televizní kampaně oproti hodnotám garantovaným v nabídce. Takováto nedodržení

budou sankcionována dle článku IX. uzavřené Smlouvy.