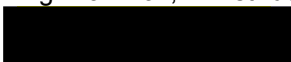



**Smlouva č. MS2017004  
o zajištění vysílání informačních spotů**

uzavřená podle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“)

**Smluvní strany:**

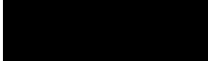
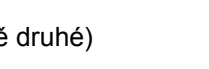
**Česká republika – Ministerstvo dopravy**

se sídlem: Praha 1, Nábřeží Ludvíka Svobody 1222/12, PSČ 110 15  
IČO: 66003008  
DIČ: CZ66003008  
jíž zastupuje: Ing. Dan Ťok, ministr dopravy  
bankovní spojení:   
č. účtu: 

(dále jen „objednatel“ na straně jedné)

**a**

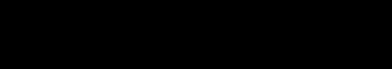
**MEDIA CLUB, s.r.o.**

se sídlem: Na Žertvách 132/24, Libeň, 180 00 Praha 8  
IČ: 29413982  
DIČ: CZ 29413982  
zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl C., vložka 204565  
zástupce: Ing. Marek Singer a Ing. Petr Babulík, jednatelé  
bankovní spojení:   
č. účtu: 

(dále jen „dodavatel“ na straně druhé)

**Článek I.**

**Závazky a požadavky objednatele**

- I.1. Objednatel dle této smlouvy objednává vysílání informačních spotů, a to v 5 variantách. Objednatel prohlašuje, že informační spoty nebudou mít charakter reklamy či obchodního sdělení, tj. sdělení k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost (tím není dotčena skutečnost, že se na informační spoty jinak přiměřeně použijí ustanovení této smlouvy a Obchodních podmínek o obchodních sděleních).
- I.2. Objednatel závazně objednává vysílání spotů v období od **1.2.2017** do **30.4.2017** (dále jen „**Garantované období**“) v hodnotě **5.000.000,- Kč** bez DPH (dále jen „**Celková garance**“), přičemž tímto objednáním dodavateli vzniká nárok na zaplacení sjednané ceny za skutečně odvysílané spoty.
- I.3. Objednatel se zavazuje přenechat v rámci jednotlivých kampaní **100 %** z celkového objemu ratingových bodů k umístění dodavateli. Umístění ratingových bodů v rámci této části kampaně podléhá výhradně možnostem dodavatele, sjednává se však, 

 Dodavatel bude usilovat o takové umístění, které bude v souladu s celkovým charakterem kampaně.

I.4. Garance channel group:

- Prima group (Prima, Prima COOL, Prima love, Prima ZOOM, Prima MAX):
- Barrandov Group (TV Barrandov, Kino Barrandov, Barrandov Plus, Barrandov Family)
- Óčko Group (Óčko, Óčko gold)

I.5. Konkrétní termíny a časy nasazení spotů bude stanoveny v media plánu, který dodavatel objednateli předloží do 3 dnů od podpisu této smlouvy na první měsíc a pak vždy do konce měsíce na následující kalendářní měsíc. Objednatel je oprávněn vznést námitky a požadovat úpravy spotlistu do 2 pracovních dnů od jeho doručení.

## Článek II. Závazky dodavatele

II.1.

## Článek III. Platební podmínky

- III.1. Objednatel bude dodavateli platit cenu účtovanou v souladu s touto smlouvou, a to vždy zpětně za uplynulý kalendářní měsíc, na základě faktury dodavatele s přehledem skutečně odvysílaných spotů – spotlistu, a to v předpokládané výši:
- Za měsíc únor 3.000.000,- Kč bez DPH,
  - Za měsíc březen 1.500.000,- Kč bez DPH,
  - Za měsíc duben 500.000,- Kč bez DPH.
- III.2. Cena poskytnutého plnění bude na fakturách označována jako **Výsledná cena**. Výsledná cena bude základem DPH účtovaného plnění, zdaňovaného sazbou DPH v zákonné výši.
- III.3. Faktura vystavená dodavatelem musí obsahovat evidenční číslo smlouvy Objednatele, dále veškeré náležitosti daňového a účetního dokladu stanovené právními předpisy. Na faktuře dodavatel rozepíše všechny rozhodné údaje (cena, přírážky a slevy, základ pro výpočet DPH, sazba DPH, částka DPH, atd.). Objednatel je povinen zaplatit **ve lhůtě 30 kalendářních dnů** ode dne doručení faktury objednateli. Cena bude považována za zaplacenou dnem odeslání peněžité částky z účtu objednatel na účet dodavatele uvedený na faktuře, který musí odpovídat číslu účtu dodavatele uvedenému v záhlaví této smlouvy nebo v registru plátců DPH. Případnou změnu čísla účtu je dodavatel povinen objednateli písemně oznámit a na zpětný dotaz objednatel opětovně písemně potvrdit, jinak je objednatel oprávněn vrátit fakturu dodavateli podle odst. III.3 tohoto článku.
- III.4. Nebude-li faktura obsahovat stanovené náležitosti nebo uvedené údaje budou nesprávné, je objednatel oprávněn vrátit fakturu ve lhůtě splatnosti dodavateli k doplnění či opravě, aniž se tím dostane do prodlžení. Nová lhůta splatnosti počíná běžet ode dne doručení bezvadné faktury objednateli.

## Článek IV. Pojmy a definice, závazky stran

IV.1 Pojmy užívané v této smlouvě mají význam dle definic obsažených v příloze č. 1, která je nedílnou součástí této smlouvy.

- IV.2 V případě, že je některý z pojmů v příloze č. 1 definován tak, že se jedná o závazek objednatele či právo dodavatele, znamená přiřazení konkretizujícího údaje k takovému pojmu v článku I. nebo II. této smlouvy, že objednatel má vůči dodavateli takovýto závazek.
- IV.3 V případě, že je některý z pojmů v příloze č. 1 definován tak, že se jedná o závazek dodavatele či právo objednatele, znamená přiřazení konkretizujícího údaje k takovému pojmu v článku I. nebo II. této smlouvy, že dodavatel má vůči objednateli takovýto závazek.

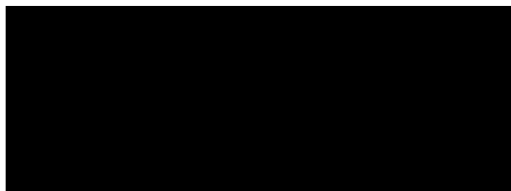
## **Článek V. Závěrečná ustanovení**

- V.1 Tuto smlouvu objednatel uzavírá vlastním jménem a na vlastní účet.
- V.2 Ustanovení této smlouvy strany vykládají ve vzájemné souvislosti a ve spojitosti s nadpisem jednotlivých článků.
- V.3 Ujednání v těle této smlouvy mají v případě rozporu přednost před ujednáními dle jejích příloh.
- V.4 Objednatel se zavazuje, není-li v této smlouvě ujednáno jinak, řídit se platným a účinným **Ceníkem**, platnými a účinnými **Obchodními podmínkami** a **Technickými podmínkami** dodavatele. Dodavatel je oprávněn tyto dokumenty kdykoli měnit, přičemž změny mají vůči objednateli účinnost jejich oznámením. Za oznámení se považuje vyvěšení na webových stránkách [www.media-club.cz](http://www.media-club.cz). Objednatel prohlašuje, že se seznámil se zněním Ceníku, Obchodních podmínek a Technických podmínek účinným ke dni uzavření této smlouvy. Obchodní podmínky případně vydané objednatelem nejsou součástí této smlouvy.
- V.5 Není-li v této smlouvě ujednáno jinak, je tuto smlouvu možné měnit nebo doplňovat pouze formou písemných číslovaných dodatků této smlouvy či formou písemných smluv podepsaných oběma smluvními stranami.
- V.6 Smluvní strany ujednaly, že obsah smlouvy, jakož i všechny další informace, které vejdou ve známost smluvních stran v souvislosti s jejím plněním, bude považován za důvěrný. Smluvní strany nejsou oprávněny sdělovat tyto informace bez předchozího souhlasu druhé smluvní strany třetím osobám, s výjimkou sdělování za účelem auditu, controllingu, účetních a právních služeb, apod., budou-li dodavatelé těchto služeb smlouvou či zákonem zavázáni mlčenlivostí, s výjimkou sdělování společnostem kapitálově propojeným s FTV Prima Holding, a.s., a s výjimkou uveřejnění této smlouvy včetně všech jejích příloh a dodatků v registru smluv v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb. Smluvní strana, která ujednání o povinnosti mlčenlivosti dle tohoto odstavce poruší, se zavazuje zaplatit druhé smluvní straně za každý případ takového porušení smlouvy smluvní pokutu ve výši 100.000,- Kč. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo na náhradu škody v plné výši.
- V.7 Smluvní strany jsou povinny doručovat veškeré písemnosti na adresu sídla druhé strany uvedeného v této smlouvě, popř. zapsaného v obchodním rejstříku, případně na adresu, kterou písemně oznámí jako adresu pro doručování, nebo do datových schránek. Pokud tak strany neučiní, má se v pochybnostech za to, že písemnost nebyla doručena.
- V.8 Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti okamžikem jejího uveřejnění v registru smluv. Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou s účinností pro plnění odpovídající Garantovanému období dle této smlouvy.
- V.9 Smluvní strany ve vzájemné shodě označily v jejích stejnopisech žlutou barvou informace, které budou znečitelněny v souladu se zákonem o registru smluv. Takto bylo označeno zejména, nikoli však výlučně, obchodní tajemství, jehož utajení smluvní strany odpovídajícím způsobem zajišťují. Na informace, které v této smlouvě nejsou označeny žlutou barvou, se po jejím uveřejnění postupem podle zákona o registru smluv nevztahuje povinnost mlčenlivosti dle této smlouvy. Objednatel se zavazuje tuto smlouvu zveřejnit postupem podle zákona o registru smluv nejpozději do 30 dnů od jejího uzavření. Objednatel se zavazuje informovat dodavatele bez zbytečného odkladu o tom, zda a kdy byla tato smlouva zveřejněna v registru smluv. Nedojde-li v této době k uveřejnění této smlouvy ze strany objednatele, pak je k jejímu uveřejnění postupem podle zákona o registru smluv oprávněna kterákoli smluvní strana.

V.10 Tato smlouva se vyhotovuje ve čtyřech exemplářích, z nichž každý má hodnotu originálu, přičemž objednatel obdrží tři a dodavatel jeden exemplář.

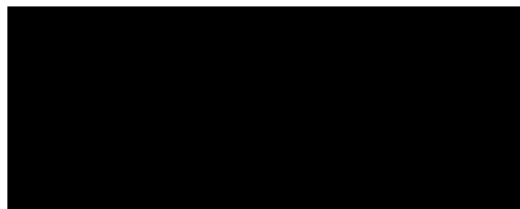
V Praze dne

MEDIA CLUB, s.r.o.

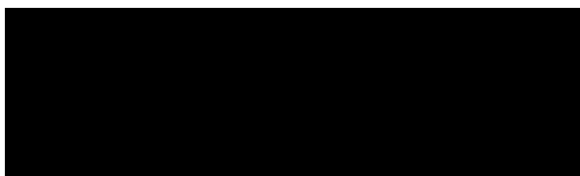


Ing. Marek Singer  
jednatel

**Česká republika – Ministerstvo dopravy**



Ing. Dan Ťok  
ministr dopravy



Ing. Petr Babulík  
jednatel

**Příloha č. 1**  
**Smlouvy o zajištění vysílání informačních spotů (dále jen**  
**„Obchodní smlouva“)**

**Pojmy a definice**

1. **„Názvem klienta“** se rozumí název subjektu, v jehož prospěch je Objednatel oprávněn nakupovat reklamní plnění dle Obchodní smlouvy.
2. **„Garantovaným obdobím“** se rozumí období, pro které se Objednatel zavazuje nakupovat reklamní plnění dle Obchodní smlouvy, a případně též období před uzavřením Obchodní smlouvy, pro které se nákupy reklamního plnění ze strany Objednatele považují za Nákupy reklamního plnění dle Obchodní smlouvy. Není-li ujednáno jinak, vztahují se veškeré garance Objednatele ke Garantovanému období. Podle toho, na který typ média se vztahuje, se Garantované období v Obchodní smlouvě označuje jako Garantované období TV, rozhlas či internet.
3. **„Nákupem reklamního plnění“** se rozumí uzavření příslušné smlouvy o odvysílání reklamy či o sponzorování či umístění produktu či jiném typu obchodního sdělení v TV vysílání či o šíření obchodního sdělení na internetu či v rozhlasu mezi Dodavatelem a Objednatelem, přičemž Dodavatel musí vzniknout nárok na zaplacení sjednané ceny (popř. sponzorského příspěvku).
4. **„Celkovou garancí“** se rozumí minimální hodnota reklamního plnění vyjádřená v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje investovat do Nákupu reklamního plnění dle Obchodní smlouvy. Podle toho, na který typ média se vztahuje, se Celková garance v Obchodní smlouvě označuje jako Celková garance TV, rozhlas či internet. Celková garance pro daný typ média není součástí Celkové garance pro jiný typ média (např. Celková garance rozhlas či internet není součástí Celkové garance TV).
5. **„Off-prime garancí“** se rozumí procentuální vyjádření takového podílu z celkové garance ponížené o garanci sponzorování a umístění produktu, který se Objednatel zavazuje nakoupit v off prime. Off-prime se rozumí jakékoli časové pásmo vyjma časového pásma od 17,30 do 23,30 hodin.
6. **„Plánováním ze strany Dodavatele“** se rozumí procentuální vyjádření takového podílu z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem dle Obchodní smlouvy, kterého umístění podléhá výhradně možnostem Dodavatele. Dodavatel bude usilovat o takové umístění, které bude v souladu s celkovým charakterem příslušné kampaně.
7. **„Nákupní cílovou skupinou“** se rozumí cílová skupina, ve které je Objednatel povinen GRP či TRP nakupovat.
8. **„TV Bundle“** se rozumí režim rozložení na jednotlivých TV programech, který si Objednatel zvolil a který je pro něj závazný.
9. **„Garancí channel group“** se rozumí závazek Objednatele nakupovat reklamní plnění dle Obchodní smlouvy na jednotlivých televizních programech provozovaných či zastupovaných Dodavatelem v poměru stanoveném platným a účinným ceníkem Dodavatele a odchylkami čl. I. část A Obchodní smlouvy. „Odchylkami“ dle čl. I část A Obchodní smlouvy se rozumí odchylky Garance channel group dle Obchodní smlouvy od poměru televizních programů stanoveného platným a účinným ceníkem Dodavatele, přičemž odchylka je vyjádřena v procentních bodech a součet odchylek dle jednotlivých položek je rovný nule. „Ostatními programy“ se rozumí televizní programy zastupované Dodavatelem vyjma programů provozovaných FTV Prima, spol. s r.o. (dále „FTV Prima“). Garance channel group je součástí Celkové garance. Podmínky a přípustný rozsah změn v poměru televizních programů v ceníku, které Dodavatel může v průběhu garantovaného období provést, jsou popsány v ceníku

platném a účinném ke dni uzavření Obchodní smlouvy. Objednatel s těmito podmínkami a přípustným rozsahem souhlasí.

10. „**Garanci další média**“ se rozumí minimální výše částky vyjádřené v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje vynaložit jako příspěvky na vysílání pořadů Dodavatele ve smyslu zákonné definice sponzorování pořadů a/nebo formou umístění produktu v souladu s ustanovením § 53a odst. 2 písm. a) ZPRTV a/nebo na nákup obchodních sdělení na webových stránkách provozovaných FTV Prima a/nebo na nákup obchodních sdělení v tiskových médiích provozovaných FTV Prima a/nebo na nákup obchodních sdělení formou HbbTV. Garance další média je součástí Celkové garance.
11. „**Garanci low season**“ se rozumí minimální výše částky vyjádřené v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje vynaložit na Nákup reklamního plnění v období leden, únor, červenec, srpen a období od 19. do 31. prosince 2016. Garance low season je součástí Celkové garance.
12. „**Základní cenou**“ se rozumí cena vyjádřena v Kč bez DPH, která vyplývá z Ceníku v návaznosti na Celkovou garanci TV.
13. „**Slevami ze základní ceny**“ se rozumí závazek Dodavatele poskytnout Objednateli na základě příslušných garancí dle Obchodní smlouvy slevy ze Základní ceny ve výši vyjádřené procentem ze Základní ceny. „Slevou celkem“ se rozumí procento vypočtené jako součet všech procent uvedených v jednotlivých položkách Slev ze základní ceny. „Klientskou CPP“ se rozumí Základní cena upravená o Slevu celkem, vyjádřena v Kč bez DPH, kterou se Dodavatel zavazuje účtovat Objednateli za ratingový bod, stopáž 30 sekund, v období a cílové skupině v Obchodní smlouvě uvedených. Údaj o Klientské CPP má v případě rozporu přednost před údaji o slevách vyjádřených v procentech.
14. „**Slevou new bizz**“ se rozumí závazek Dodavatele poskytnout Objednateli na základě toho, že v posledních čtrnácti měsících před uzavřením Obchodní smlouvy nenakupoval u Dodavatele reklamní plnění pro klienta, slevu z Klientské CPP nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena, ve výši odpovídající procentu v Obchodní smlouvě uvedenému.  

Sleva new bizz bude aplikovaná pouze na reklamní plnění do výše nebo pro období v Obchodní smlouvě uvedených, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve.
15. „**CPP new bizz**“ se rozumí cena účtovaná Dodavatelem na reklamní plnění do výše nebo pro období tam uvedených, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve. Její výše je stanovena jako Klientská CPP upravené o Slevu new bizz. Údaj o CPP new bizz má v případě rozporu přednost před údaji o slevách vyjádřených v procentech.
16. „**Indexem Off prime**“ se se rozumí závazek Dodavatele v případě, že se má jednat o obchodní sdělení vysílaná v čase 23:30 až 17:30 hod., uplatňovat Index Off prime ve vztahu ke Klientské CPP, resp. CPP new bizz. V případě, že má jednotlivý TV program v Ceníku vymezen Off prime time jinak, uplatňuje se vymezení Off prime dle Ceníku.
17. „**Indexem Prime time**“ se rozumí závazek Dodavatele v případě, že se má jednat o obchodní sdělení vysílaná v čase 17:30 až 23:30 hod., uplatňovat Index Prime time ve vztahu ke Klientské CPP, resp. CPP new bizz. V případě, že má jednotlivý TV program v Ceníku vymezen Prime time jinak, uplatňuje se vymezení Prime time dle Ceníku.
18. „**Sezónními indexy**“ se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočtení ceny podle sezóny, ve které je ratingový bod odvysílán, a to ve vztahu k Klientské CPP, resp. k CPP new bizz, nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena. Výše sezónních indexů se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky.
19. „**PT/OPT indexem**“ se rozumí závazek Dodavatele v případě, že plánování ze strany Dodavatele činí 100%, uplatňovat PT/OPT index pro přepočtení ceny u kampaní, které jsou plánovány ze strany

Dodavatele a to ve vztahu k Klientská CPP, resp. k CPP new bizz, nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena. Výše PT/OPT indexu se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky, není-li v PT/OPT indexu ujednáno jinak.

20. „**Stopážovým indexem**“ se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočet ceny pro jiné stopáže spotu než 30 sekund a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new bizz, nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena. Výše stopážových indexů se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky, není-li v stopážovém indexu pro tam uvedené stopáže spotů ujednáno jinak.
21. „**Indexy pro cílové skupiny**“ se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočet ceny podle cílové skupiny, ve které Objednatel objedná ratingové body dle Obchodní smlouvy, a to ve vztahu k Klientská CPP resp. k CPP new bizz nebo k Základní ceně, pokud CPP není v Obchodní smlouvě uvedena. Výše indexů pro cílové skupiny se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky.
22. „**Kumulací stopáží**“ se rozumí závazek Dodavatele v případě, že Objednatel objedná reklamní spot rozdělený na dvě samostatné části umístěné společně v jednom reklamním bloku, účtovat cenu odpovídající hodnotě jednoho spotu o délce rovné součtu stopáží takto umístěných částí spotu a to pouze v případě takových kumulovaných spotů, jejichž stopáž bude rovna nebo menší než stopáž tam uvedená a pouze do takové částky Celkové garance, která odpovídá finančnímu vyjádření procenta z Celkové garance tam uvedenému.
23. „**Pozičním příplatkem**“ se rozumí závazek Dodavatele účtovat u tam uvedeného procenta či jinak vymezeného objemu spotů umístěných Objednatel na první, druhou, předposlední, poslední či jinou pozici v reklamním bloku příplatek k ceně takových spotů ve výši odpovídající tam uvedenému procentu z ceny takových spotů, přičemž Objednatel je povinen umisťovat spoty se zvýhodněným pozičním příplatkem oproti Ceníku v dotčeném období rovnoměrně.
24. „**Aliančním příplatkem**“ se rozumí závazek Dodavatele účtovat u aliančních spotů (propagace dvou a více klientů v rámci jednoho reklamního spotu) příplatek k ceně takových spotů ve výši tam uvedeného procenta z ceny takových spotů a to pouze do takové částky celkové garance, která odpovídá finančnímu vyjádření procenta z celkové garance tam uvedenému.
25. „**Obchodními podmínkami**“ se rozumí platné a účinné obchodní podmínky vydané Dodavatelem pro šíření obchodních sdělení v daném typu média. „**Ceníkem**“ se rozumí platný a účinný ceník Dodavatele pro daný typ média. Obchodní podmínky a ceník jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.
26. „**Technickými podmínkami**“ se rozumí platné a účinné Technické podmínky pro výrobu reklamních spotů, sponzorských vzkazů a teleshoppingu určených k odbavení do distribuční sítě TV Prima a/nebo Technické podmínky pro zařazení komerčních příspěvků do vysílání TV Barrandov a/nebo technické podmínky jiných provozovatelů televizního vysílání zastupovaných Dodavatelem a/nebo technické podmínky provozovatelů jiných médií zastupovaných Dodavatelem. Technické podmínky jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.
27. „**Lhůtou splatnosti**“ se rozumí doba, ve které je Objednatel povinen zaplatit Dodavateli za plnění poskytnuté Objednateli dle Obchodní smlouvy, která je vyjádřena v počtu kalendářních dní od data uskutečnění zdanitelného plnění uvedeného ve faktuře – daňovém dokladu vystavené Dodavatelem. Datem uskutečnění zdanitelného plnění se rozumí poslední den poskytování dílčího plnění dle Obchodní smlouvy.
28. „**Výslednou cenou**“ se rozumí cena dílčího plnění poskytnutého dle příslušné konkrétní objednávky na jednotlivé kampaně dle Obchodní smlouvy upravená o smluvní a ceníkové přírázky a srážky.

29. „**Bonusové garantované TRP**“ se rozumí procentuální vyjádření podílu bonusových garantovaných TRP z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem. Dodavatel si vyhrazuje právo určovat dodání těchto TRP dle svých možností v rámci Garantovaného období.
30. „**Smluvní pokutou celková garance**“ se rozumí povinnost Objednatele zaplatit Dodavateli v případě porušení závazku celkové garance (TV či rozhlas či internet) smluvní pokutu, jejíž výše je dána procentní sazbou uvedenou v Obchodní smlouvě ze základu, jímž je finanční rozdíl té které Celkové garance a skutečně nakoupeného reklamního plnění (rozdíl je počítán z cen v Kč bez DPH). Tato smluvní pokuta je splatná do 15 kalendářních dní od posledního dne Garantovaného období. V případě, že Objednatel poruší svůj závazek té které Celkové garance v rozsahu nižším, než je míra tolerance vyjádřená v Obchodní smlouvě jako procento ze základu, jímž je ta která Celková garance, právo na tu kterou Smluvní pokutu celková garance Dodavateli nevzniká.
31. **GRP** (Gross Rating Point) neboli **Ratingovým bodem** se rozumí 1% z počtu lidí v cílové skupině Dospělí 15-69 (D 15-69). Cílovou skupinou D 15-69 se rozumí lidé ve věku nad 15 let a mladší 69 let žijící na území České republiky. TRP se rozumí 1% z počtu lidí z jiné cílové skupiny, než je cílová skupina, prostřednictvím které je definován GRP (tedy například ženy ve věku 25-54 let).