

# SPONZOROVANÉ UPOUTÁVKY

Komunikace mimo reklamní bloky v průběhu celého dne

## Sponzoring upoutávek (5 sec.)

- *uvedení sponzora programu před či po upoutávce*
- *umocňuje zásah diváka*
- *výrazněji spojuje značku s daným pořadem*
- *zvyšuje frekvenci zobrazení loga*
- *roste pravděpodobnost zapamatování loga*
- *zkvalitňuje nabídku speciálních akcí ale i běžných pořadů*

## Charakteristika

- samostatný sponzorský vzkaz o délce 5 sec. před nebo po upoutávce na pořad
- sponzorem upoutávek může být pouze sponzor programu
- aktuální umístění upoutávek režisérem dne na oba programy ČT (celkový počet upoutávek je evidován v Protokolu o vysílání)
- maximální délka sponzorského vzkazu je 10 sec.

## Sledovanost

Průměrná sledovanost ČT1 v pásmech (rating v %, D15) \*

- primetime 18:00-23:00: 6,02%
- celoden 06:00-06:00: 2,22%

\* Zdroj: ATO - Mediaresearch, 1.1.-23.12.2011

## Cenová nabídka

Sponzorský vzkaz 5 sec. před/po upoutávce	ČT1	ČT2	ČT4
1x upoutávka prime time (18:00–23:00)	40.000 Kč	10.000 Kč	10.000 Kč
1x upoutávka mimo prime time	15.000 Kč	8.000 Kč	8.000 Kč
Koeficient pro sponzorský vzkaz v délce 10 sec.	1,80	1,80	1,80

## Technická specifikace

**Sponzorský vzkaz:** musí obsahovat text „Sponzor programu“ a uvedení obchodního názvu společnosti a její hlavní obchodní činnosti (možno taky ve zvukovém doprovodu – voice over)

**Technické podmínky:** realizace dle technických podmínek pro sponzorské vzkazy

**Způsob předání:** CD, DVD, přenosný harddisk, BETACAM (digitální i analogový)

Vyloučený je přenos e-mailem v komprimované podobě

Ukázka sponzorované upoutávky



Nápis „Sponzor programu“ a uvedení obchodního názvu a obchodní činnosti

Tyto ceny jsou pevné, nevztahují se na ně slevy za sponzoring. Ceny jsou uvedeny bez DPH. **Vydáno: 27.12.2011.**