

ANALÝZA VÝVOJE OZNAČENÍ SPONZORA NA PROGRAMECH ČT stav k 10/2013

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) průběžně sleduje vývoj počtu označení sponzora na programech České televize, neboť po novelizaci zákona č. 231/2001 Sb., tj. § 50 odst. 1 zákona č. 231/2001 Sb., ze dne 14. října 2011, která zakázala reklamu na programu ČT1 a ČT24 a dále zakázala teleshopping na programech České televize vůbec, a která tak znamenala pro Českou televizi výrazný ušlý finanční výnos v rozpočtu za prodané reklamní časy, bylo předpokládáno, že se Česká televize bude snažit kompenzovat tuto možnou finanční ztrátu (peníze ze smluv za reklamu) navýšením počtu označení sponzora. AO proto zpětně monitoruje situaci ve vývoji počtů označení sponzora na programech ČT1 a ČT24, ČT2 a ČT sport (ČT4).

Radě byly v průběhu let 2011 a 2012 předloženy celkem tři analýzy vývoje počtu označení sponzora na programech České televize, monitorující vývoj situace po aplikaci zmíněné novely, které předpoklad kompenzování finanční ztráty navýšením počtu označení sponzora nepotvrdily. Tehdy se však jednalo o údaje za kratší referenční období.

Předložené analýzy shrnuly, že těsně před a po zavedení novely, tedy v období od září 2011 do prosince 2011, došlo sice k navýšení počtu označení sponzora na programu ČT1, následně však těchto obchodních sdělení ubylo. Po komparaci se stejnými měsíci v roce 2010 bylo jasné, že se jedná spíše o obvyklý sezonní trend navyšování počtu označení sponzora odrážející blížící se vánoční období, neboť počty v období před zaváděním novely a krátce po zavedení byly jen o něco málo vyšší než v roce 2010 (viz přehled).

Jak je patrné ze závěrů předchozích analýz, předpokládané výrazné navýšení počtu označení sponzora na programech České televize jakožto kompenzace ušlého příjmu po zavedení novelizace nebylo potvrzeno, a to i přes mírné kolísání v době zavádění novely.

Zajímavé je, že od ledna 2012 došlo dokonce k poklesu počtu označení sponzora na programu ČT1 v každém kalendářním měsíci (při srovnání se stejným měsícem v roce předcházejícím).

V rámci dosavadních analýz týkajících se vývoje označení sponzora bylo zjišťováno především množství označení sponzora a jejich vývojové tendence za roky 2011 – 2013 u čtyř programů České televize. Analyzované údaje však poskytovaly přehled o počtech odvysílaných označení sponzora, nikoli o příjmech, které za jejich odvysílání Česká televize obdržela. Cílem dosavadních analýz bylo zjistit, zda z pohledu diváka ve vysílání programů České televize přibývá či ubývá označení sponzora.

Dosud předložené analýzy nereflektovaly ceny stanovené pro tato obchodní sdělení, potažmo příjmy z nich plynoucí směrem k provozovateli.

Z těchto důvodů je předkládána nová, plynule navazující, analýza, jejímž cílem je nejen doplnit údaje o vývoji počtu označení sponzora na programech ČT1, ČT2, ČT24 a ČT sport (ČT4) k říjnu 2013, nýbrž také reflektovat příjmy z období listopad 2010 – říjen 2013 (včetně). Dne 14. října 2013 uplynuly dva roky od prvního dne platnosti novely. Právě k měsíci říjnu letošního roku budou proto analyzována všechna data, a to včetně ceníkových cen, které jsou dostupné v programu Yetti.

Ze zpracovaného souhrnného grafického znázornění jsou zřejmá tři hlavní období (tedy průběh a vývojové tendence období před zavedením novely a prvního a druhého roku její platnosti), počty označení sponzora na jednotlivých programech po jednotlivých měsících, celkový příjem provozovatele za měsíc i průměrná cena jednoho odvysílaného označení

sponzora v rámci měsíce. Dále pak příjem provozovatele za jednotlivá období každého programu zvlášť a průměrný příjem za jeden měsíc v rámci každého období jednotlivě.

Rozbor:

Program ČT 1

ČT 1	listopad 2010 - říjen 2011		
1. období	počet	cena¹	průměrná cena
listopad	1566	56 921 599 Kč	36 348 Kč
prosinec	1261	50 490 435 Kč	40 040 Kč
leden	580	24 740 635 Kč	42 656 Kč
únor	741	32 220 165 Kč	43 482 Kč
březen	910	39 793 144 Kč	43 729 Kč
duben	681	28 998 720 Kč	42 583 Kč
květen	1015	30 760 264 Kč	30 306 Kč
červen	1093	30 217 520 Kč	27 646 Kč
červenec	208	7 207 200 Kč	34 650 Kč
srpen	295	5 612 350 Kč	19 025 Kč
září	1195	39 053 896 Kč	32 681 Kč
říjen (2011)	1653	53 538 658 Kč	32 389 Kč
celkem/období	11198	399 554 586 Kč	35 461 Kč

Prvním sledovaným obdobím byl listopad 2010 až říjen 2011, tedy měsíc, v jehož rámci vešla v platnost předmětná novela zákona. Za toho období bylo na programu ČT1 odvíšláno celkem 11 198 označení sponzora a sponzoringů upoutávky (dále jen souhrnně „sponzoring“), měsíčně se tedy v průměru jednalo o 933 těchto obchodních sdělení. Celkově ta tyto služby provozovatel utržil celkem 399 554 586 Kč a průměrná cena sponzoringu představovala 35 461 Kč.

ČT1	listopad 2011 - říjen 2012		
2. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	1762	57 944 496 Kč	32 886 Kč
prosinec	1132	37 392 089 Kč	33 032 Kč
leden	394	11 505 101 Kč	29 201 Kč
únor	441	14 426 022 Kč	32 712 Kč
březen	496	15 482 402 Kč	31 215 Kč
duben	589	20 304 435 Kč	34 473 Kč
květen	410	14 770 864 Kč	36 026 Kč
červen	816	38 855 227 Kč	47 617 Kč
červenec	462	21 012 062 Kč	45 481 Kč
srpen	414	16 034 600 Kč	38 731 Kč
září	561	23 502 800 Kč	41 894 Kč
říjen (2012)	1135	53 070 259 Kč	46 758 Kč

¹ Je-li uváděna cena, pak se vždy jedná o ceny katalogové.

celkem/období	8612	324 300 357 Kč	37 502 Kč
----------------------	------	-----------------------	------------------

V rámci druhého sledovaného období od listopadu 2011 až října 2012, tedy prvního roku platnosti novely, bylo na programu ČT1 odvysíláno celkem 8 612 sponzoringů, tedy o 2 586 těchto obchodních sdělení méně než za předchozích dvanáct měsíců. Za jeden měsíc bylo v průměru odvysíláno 718 sponzoringů. Celkem za druhé období provozovatel za tyto služby utržil celkem 324 300 357 Kč a průměrná cena jednoho sponzoringu činila 37 502 Kč. Oproti předchozímu období se tedy počet sponzoringů a tržeb v případě programu ČT1 nijak výrazně nezvýšil.

ČT1	listopad 2012 - říjen 2013		
	3. období	počet	cena
listopad	1151	64 851 945 Kč	56 344 Kč
prosinec	882	54 101 936 Kč	61 340 Kč
leden	251	10 038 100 Kč	39 992 Kč
únor	486	23 089 871 Kč	47 510 Kč
březen	895	44 563 910 Kč	49 792 Kč
duben	982	55 475 517 Kč	56 492 Kč
květen	1175	59 159 730 Kč	50 349 Kč
červen	1103	51 563 458 Kč	46 748 Kč
červenec	640	26 000 015 Kč	40 625 Kč
srpen	852	43 243 211 Kč	50 755 Kč
září	1231	63 198 854 Kč	51 339 Kč
říjen (2013)	1425	75 866 915 Kč	53 240 Kč
celkem/období	11073	571 153 462 Kč	50 377 Kč

Třetí sledované období představující druhý rok platnosti novely bylo již více specifické. Na ČT1 bylo během těchto dvanácti měsíců odvysíláno celkem 11 073 sponzoringů, měsíční průměr přitom byl 923 těchto obchodních sdělení. Tento početní stav je velmi podobný hodnotám prvního období, nicméně cena sponzoringů byla mezitím poměrně citelně navýšena. Celkem Česká televize za poskytnutí prostoru pro sponzoring ve třetím sledovaném období utržila částku 571 153 462 Kč, což u jednoho sponzoringu znamená průměrnou cenu 50 377 Kč. Přestože byl rozdíl mezi počtem sponzoringů v druhém a třetím období 205 obchodních sdělení, tržby byly za stejné období zvýšeny o 246 853 105 Kč. Průměrná cena jednoho obchodního sdělení stoupla z 37 502 Kč na 50 377 Kč, což představuje průměrný rozdíl 12 875 Kč.

Program ČT 2

ČT 2	listopad 2010 - říjen 2011		
1. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	728	9 554 370 Kč	13 124 Kč
prosinec	613	8 569 404 Kč	13 979 Kč
leden	190	1 434 864 Kč	7 552 Kč
únor	219	1 923 432 Kč	8 783 Kč
březen	338	2 917 364 Kč	8 631 Kč
duben	319	2 828 120 Kč	8 866 Kč
květen	215	2 028 800 Kč	9 436 Kč
červen	230	2 409 400 Kč	10 476 Kč
červenec	77	449 300 Kč	5 835 Kč
srpen	56	377 800 Kč	6 746 Kč
září	307	2 847 300 Kč	9 275 Kč
říjen (2011)	425	3 246 100 Kč	7 638 Kč
celkem/období	3717	38 586 254 Kč	9 195 Kč

Na programu ČT2 bylo za první sledované období, tedy od listopadu 2010 do října 2011, kdy vešla novela v platnost, odvysíláno celkem 3 717 sponzoringů. V průměru za jeden měsíc to bylo 310 těchto obchodních sdělení. Provozovatel v tomto období za poskytované služby utržil celkem 38 586 254 Kč, což znamená průměrnou cenu 9 195 Kč za jeden odvysílaný sponzoring.

ČT2	listopad 2011 - říjen 2012		
2. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	376	3 223 908 Kč	8 574 Kč
prosinec	220	2 724 500 Kč	12 384 Kč
leden	213	2 201 900 Kč	10 338 Kč
únor	267	2 812 800 Kč	10 535 Kč
březen	416	5 701 690 Kč	13 706 Kč
duben	316	2 346 200 Kč	7 425 Kč
květen	349	5 222 408 Kč	14 964 Kč
červen	258	1 885 600 Kč	7 309 Kč
červenec	259	3 204 600 Kč	12 373 Kč
srpen	437	7 042 500 Kč	16 116 Kč
září	430	6 014 720 Kč	13 988 Kč
říjen (2012)	615	6 140 568 Kč	9 985 Kč
celkem/období	4156	48 521 394 Kč	11 475 Kč

Během období od listopadu 2011 do října 2012 bylo na ČT odvysíláno celkem 4 156 sponzoringů, průměrný počet za jeden měsíc činil 346 těchto obchodních sdělení. Oproti předchozímu roku bylo odvysíláno o 439 sponzoringů více. Tržby za tato obchodní sdělení

v případě druhého sledovaného období představovaly celkem 48 521 394 Kč, přičemž průměrná cena jednoho sponzoringu byla 11 475 Kč. Meziroční nárůst v tomto případě tedy činil 2 280 Kč. Na základě získaných údajů nebyl zaznamenán výraznější nárůst mezi těmito dvěma obdobími, a to jak v počtu, tak v tržbách za tento druh obchodních sdělení.

ČT2	listopad 2012 - říjen 2013		
3. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	400	5 993 056 Kč	14 983 Kč
prosinec	347	5 121 900 Kč	17 761 Kč
leden	224	2 885 112 Kč	12 880 Kč
únor	375	7 081 388 Kč	18 884 Kč
březen	511	8 003 338 Kč	15 662 Kč
duben	415	6 725 863 Kč	16 207 Kč
květen	591	6 646 430 Kč	11 246 Kč
červen	552	8 707 932 Kč	15 775 Kč
červenec	310	4 774 600 Kč	15 402 Kč
srpen	242	4 182 800 Kč	17 284 Kč
září	459	6 577 495 Kč	14 330 Kč
říjen (2013)	452	7 075 336 Kč	15 653 Kč
celkem/období	4878	73 775 250 Kč	15 506 Kč

V případě třetího sledovaného období, které představovalo druhý rok platnosti novely, bylo na programu ČT2 odvysíláno celkem 4 878 sponzoringů. Průměrně bylo v každém z dvanácti sledovaných měsíců vysíláno 407 těchto obchodních sdělení. Tržby provozovatele za toto období činily celkem 73 775 250 Kč, tedy o 25 253 856 Kč více než v období předchozím. Tato skutečnost se promítla rovněž v průměrné částce utržené za jeden odvysílaný sponzoring. Ta se zvýšila z 11 475 Kč na 15 506 Kč, konkrétně tedy o 4 031 Kč.

Program ČT 24

ČT 24	listopad 2010 - říjen 2011		
1. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	347	891 856 Kč	2 571 Kč
prosinec	444	1 520 146 Kč	3 424 Kč
leden	108	600 902 Kč	5 564 Kč
únor	166	464 300 Kč	2 797 Kč
březen	239	794 400 Kč	3 324 Kč
duben	175	551 800 Kč	3 153 Kč
květen	290	1 616 900 Kč	5 576 Kč
červen	215	983 600 Kč	4 575 Kč
červenec	144	655 200 Kč	4 550 Kč
srpen	65	323 400 Kč	4 975 Kč
září	200	1 146 300 Kč	5 732 Kč
říjen (2011)	214	1 375 336 Kč	6 427 Kč
celkem/období	2607	10 924 140 Kč	4 389 Kč

V období od listopadu 2010 do října 2011, tedy měsíce, kdy byla zavedena novela, bylo v rámci programu ČT24 odvysíláno celkem 2 607 sponzoringů. Průměrný počet za jeden měsíc činil 217 těchto obchodních sdělení. Celkem provozovatel za sponzoring v tomto sledovaném období utřil 10 924 140 Kč, přičemž průměrná cena jednoho sponzoringu byla 4 389 Kč.

ČT 24	listopad 2011 - říjen 2012		
2. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	112	667 700 Kč	5 962 Kč
prosinec	33	192 200 Kč	5 824 Kč
leden	45	270 900 Kč	6 020 Kč
únor	50	289 800 Kč	5 796 Kč
březen	33	141 400 Kč	4 285 Kč
duben	36	198 800 Kč	5 523 Kč
květen	108	500 700 Kč	4 636 Kč
červen	121	684 800 Kč	5 660 Kč
červenec	71	322 700 Kč	4 545 Kč
srpen	63	247 100 Kč	3 922 Kč
září	59	372 400 Kč	6 312 Kč
říjen (2012)	85	546 700 Kč	6 432 Kč
celkem/období	816	4 435 200 Kč	5 410 Kč

Druhé období představovalo první rok platnosti novely zákona. Na programu ČT24 bylo odvysíláno celkem 816 sponzoringů. Jak je patrné z grafického srovnání, byl zaznamenán

výrazný meziroční pokles počtu označení sponzora. Tržby za toto období představovaly částku 4 435 200 Kč, což je o 6 448 940 Kč méně než v období předchozím.

ČT 24	listopad 2012 - říjen 2013		
3. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	66	598 800 Kč	9 073 Kč
prosinec	52	554 300 Kč	10 660 Kč
leden	61	478 100 Kč	7 838 Kč
únor	29	190 400 Kč	6 566 Kč
březen	23	190 400 Kč	8 278 Kč
duben	47	309 400 Kč	6 583 Kč
květen	49	267 700 Kč	5 463 Kč
červen	65	625 800 Kč	9 628 Kč
červenec	169	1 006 600 Kč	5 956 Kč
srpen	67	430 500 Kč	6 425 Kč
září	64	329 000 Kč	5 141 Kč
říjen (2013)	52	313 600 Kč	6 031 Kč
celkem/období	744	5 294 600 Kč	7 303 Kč

V období od listopadu 2012 do října 2013 bylo na program ČT24 odvíšláno celkem 744 sponzoringů. Průměrný počet za jeden měsíc činil 62 těchto obchodních sdělení. Celkem za toto třetí sledované období provozovatel za prostor poskytnutý sponzoringům utržil celkem 5 294 600 Kč. Průměrná cena jednoho sponzoringu byla 7 303 Kč.

Program ČT 4

ČT 4	listopad 2010 - říjen 2011		
1. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	2552	19 029 550 Kč	7 457 Kč
prosinec	2822	21 249 420 Kč	7 530 Kč
leden	2725	22 312 250 Kč	8 188 Kč
únor	2338	18 213 600 Kč	7 790 Kč
březen	2853	23 178 834 Kč	8 124 Kč
duben	2484	18 989 250 Kč	7 645 Kč
květen	1989	17 972 100 Kč	9 036 Kč
červen	1901	14 516 000 Kč	7 636 Kč
červenec	2349	17 927 500 Kč	7 632 Kč
srpen	1679	13 307 900 Kč	7 926 Kč
září	1774	15 241 170 Kč	8 591 Kč
říjen (2011)	2374	19 002 680 Kč	8 004 Kč
celkem/období	27840	220 940 254 Kč	7 963 Kč

Na program ČT4 (ČT sport) bylo od listopadu 2010 do října 2011 odvíšláno celkem 27 840 sponzoringů, průměrný počet těchto obchodních sdělení činil 2 320 za jeden měsíc. Celková

částka utržená Českou televizí představovala celkem 220 940 254 Kč, přičemž průměrná cena za jeden odvysílaný sponzoring byla 7 963 Kč.

ČT4	listopad 2011 - říjen 2012		
2. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	2578	20 572 100 Kč	7 980 Kč
prosinec	2056	16 113 120 Kč	7 837 Kč
leden	2216	22 885 650 Kč	10 327 Kč
únor	2746	26 890 750 Kč	9 793 Kč
březen	3071	30 637 600 Kč	9 976 Kč
duben	2813	26 636 350 Kč	9 469 Kč
květen	2090	19 020 550 Kč	9 101 Kč
červen	3196	27 881 700 Kč	8 724 Kč
červenec	2315	26 697 900 Kč	11 533 Kč
srpen	2072	32 302 450 Kč	15 590 Kč
září	2263	19 654 800 Kč	8 685 Kč
říjen (2012)	2392	22 851 400 Kč	9 553 Kč
celkem/období	29808	292 144 370 Kč	9 881 Kč

V druhém sledovaném období, od listopadu 2011 do října 2012, bylo na programu ČT4 zaznamenáno 29 808 odvysílaných sponzoringů. V průměru bylo za jeden měsíc odvysíláno 2 484 sponzoringů, tedy o 164 více než za druhé sledované období. Celkově bylo za tyto služby provozovatelem utrženo 292 144 370 Kč, přičemž průměrná cena jednoho tohoto obchodního sdělení byla 9 881 Kč, tedy o 1 918 Kč vyšší než v období předchozím. Vzhledem k získaným datům a srovnání jednotlivých období nebylo v případě programu ČT4 zjištěno výraznější navýšení, jak v počtu sponzoringů, tak v cenách.

ČT4(ČT sport)	listopad 2012 - říjen 2013		
3. období	počet	cena	průměrná cena
listopad	2713	25 887 833 Kč	9 542 Kč
prosinec	2617	22 490 000 Kč	8 594 Kč
leden	2420	24 588 000 Kč	10 160 Kč
únor	2599	27 576 400 Kč	10 610 Kč
březen	3056	31 986 300 Kč	10 467 Kč
duben	3389	31 391 000 Kč	9 263 Kč
květen	2718	19 438 400 Kč	7 152 Kč
červen	2464	18 040 800 Kč	7 322 Kč
červenec	2508	19 109 600 Kč	7 619 Kč
srpen	2446	17 739 800 Kč	7 253 Kč
září	3511	29 817 600 Kč	8 493 Kč
říjen (2013)	3063	23 348 400 Kč	7 623 Kč
celkem/období	33504	291 414 133 Kč	8 675 Kč

Mezi listopadem 2012 a říjnem 2013, tedy během druhého roku platnosti novely, bylo na programu ČT4 (ČT sport) vysíláno celkem 33 504 sponzoringů, průměrný počet za jeden

měsíc činil 2 792. Za toto třetí sledované období utřžila Česká televize v souvislosti s těmito obchodními sděleními částku 291 414 133 Kč, průměrná cena jednoho sponzoringu přitom byla 8 675 Kč. Ve srovnání s předcházejícím období došlo dokonce ke snížení průměrné ceny jednoho sponzoringu z 9 881 Kč na 8 675 Kč.

Shrnutí:

ČT 1	listopad 2010 - říjen 2011		
celkem/období	11198	399 554 586 Kč	35 461 Kč
průměr/měsíc	933	33 296 216 Kč	

ČT1	listopad 2011 - říjen 2012		
celkem/období	8612	324 300 357 Kč	37 502 Kč
průměr/měsíc	718	27 025 030 Kč	

ČT1	listopad 2012 - říjen 2013		
celkem/období	11073	571 153 462 Kč	50 377 Kč
průměr/měsíc	923	47 596 122 Kč	

Jak je evidentní z výše uvedeného přehledu, v případě programu ČT1 v druhém období klesl počet sponzoringů, čemuž odpovídaly také tržby za těchto dvanáct měsíců. V rámci třetího sledovaného období došlo sice k opětovnému navýšení počtu sponzoringů takřka na hodnotu odpovídající prvnímu období, nicméně průměrná cena jednoho odvysílaného sponzoringu v průběhu druhého roku od zavedení novely činila již 50 377, což je o 14 916 Kč více než v rámci prvního období. Poměrně citelné zvýšení cen sponzoringů bylo tedy zaznamenáno zejména ve třetím sledovaném období.

ČT 2	listopad 2010 - říjen 2011		
celkem/období	3717	38 586 254 Kč	9 195 Kč
průměr/měsíc	310	3 215 522 Kč	

ČT2	listopad 2011 - říjen 2012		
celkem/období	4156	48 521 394 Kč	11 475 Kč
průměr/měsíc	346	4 043 450 Kč	

ČT2	listopad 2012 - říjen 2013		
celkem/období	4878	73 775 250 Kč	15 506 Kč
průměr/měsíc	407	6 147 938 Kč	

V případě programu ČT2 bylo zjištěno, že množství sponzoringů na programu během tří sledovaných období jen nepatrně variovalo a po celou dobu se nacházelo na poměrně nízké úrovni. Ve třetím sledovaném období byla průměrná cena jednoho odvysílaného sponzoringu 15 506 Kč, což je o 4 031 Kč více než v období předchozím. Ve srovnání s obdobím před zavedením novely lze pak pozorovat rozdíl 6 311 Kč. Provozovatel ve třetím období utřžil o 25 253 856 Kč více než v prvním roce od zavedení novely. Ve srovnání s obdobím před jejím zavedením tento rozdíl činí 35 188 996 Kč, z čehož vyplývá, že se příjem z těchto obchodních sdělení v případě programu ČT2 za sledovaná období zvýšil o více než devadesát procent.

ČT 24	listopad 2010 - říjen 2011		
celkem/období	2607	10 924 140 Kč	4 389 Kč
průměr/měsíc	217	910 345 Kč	

ČT 24	listopad 2011 - říjen 2012		
celkem/období	816	4 435 200 Kč	5 410 Kč
průměr/měsíc	68	369 600 Kč	

ČT 24	listopad 2012 - říjen 2013		
celkem/období	744	5 294 600 Kč	7 303 Kč
průměr/měsíc	62	441 217 Kč	

Tendence ve vývoji počtu sponzoringů na programu ČT24 byly směřovány zcela jinak, než tomu bylo u ostatních uvedených programů. Ještě v prvním sledovaném období zde bylo odvysíláno celkem 2 607 sponzoringů. V období prvních dvanácti měsíců od zavedení novely byl tento počet podstatně snížen na 816 sponzoringů. V průměru tedy bylo v prvním období odvysíláno v průměru 217 sponzoringů měsíčně, ve druhém sledovaném období tento počet klesl na 68. V následujícím období jich bylo odvysíláno ještě méně těchto obchodních sdělení. Tomuto trendu přímo odpovídají také tržby, které se rovněž postupně snižovaly. V rámci druhého roku od zavedení novely činila průměrná cena jednoho sponzoringu 7 303 Kč. V komparaci s prvním sledovaným období se jednalo o rozdíl 2 914 Kč, s druhým pak 1 893 Kč. Jak je patrné, ceny za tato obchodní sdělení sice stouply, nicméně s přihlédnutím k poklesu počtu odvysílaných sponzoringů, nelze tuto tendenci označit jako účelovou.

ČT 4	listopad 2010 - říjen 2011		
celkem/období	27840	220 940 254 Kč	7 963 Kč
průměr/měsíc	2320	18 411 688 Kč	

ČT4	listopad 2011 - říjen 2012		
celkem/období	29808	292 144 370 Kč	9 881 Kč
průměr/měsíc	2484	24 345 364 Kč	

ČT4	listopad 2012 - říjen 2013		
celkem/období	33504	291 414 133 Kč	8 675 Kč
průměr/měsíc	2792	24 284 511 Kč	

V případě programu ČT4 (ČT sport) během tří sledovaných období počet sponzoringů přirozeně varioval. Během třetího sledovaného období, tedy druhého roku od zavedení novely, došlo k zajímavému jevu. Průměrná cena jednoho odvysílaného sponzorského vzkazu klesla ve srovnání s předchozím obdobím o 1 206 Kč. Přestože se nejedná o nijak výraznou částku, k tomuto poklesu v průměrné ceně nedošlo u žádného z dalších monitorovaných programů. Navzdory vzrůstu počtu sponzoringů (konkrétně o 3 696 oproti předchozím dvanácti měsícům) došlo ve třetím sledovaném období ke snížení tržeb za tyto služby.

Problematika sponzoringu dětských pořadů na programech ČT

Rada v rámci své kompetence monitoruje bezprostřední blízkost reklam u dětských pořadů, nicméně aktuální podoba zákona jí nedovoluje zasahovat do palčivé situace týkající se označení sponzora v blízkosti pořadů určených dětem. Jejich množství tak není možné jakkoli regulovat.

Exemplárním příkladem může být tradiční dětský pořad Večerníček, který malé diváky doprovází již po celé generace. Jak již bylo uvedeno, novelou zákona ze 14. října 2011 došlo v případě ČT2 k výraznému omezení reklamy. Snaha o nahrazení příjmů z těchto obchodních sdělení může být pokládána za jednu z hlavních příčin toho, že je v současné době Večerníček doslova „obalen“ množstvím označení sponzora. V současnosti se běžně stává, že Večerníčku předchází i čtyři sponzorské vzkazy (viz záznam z 9. 9. 2013, přiložený k této analýze). Děti jsou tak nuceny, pokud chtějí sledovat tradiční cca osmiminutový pohádkový příběh, zhlédnout navíc ještě nezanedbatelný počet těchto obchodních sdělení. Nejmenší diváci mohou být propagovanými produkty velmi ovlivněni.

Závěr:

V rámci této analýzy byly monitorovány čtyři programy provozovatele Česká televize, a to ČT1, ČT2, ČT24 a ČT4 (ČT sport). Analyzován byl vývoj počtu označení sponzora. Nově byly sledovány ceníkové ceny jednotlivých obchodních sdělení, které byly posléze analyzovány z hlediska průměrného počtu sponzoringů odvysílaných v jednom měsíci, celkových tržeb za všechna tři sledovaná období i průměrné ceny za jeden odvysílaný sponzoring v každém z 36 sledovaných měsíců v případě jednotlivých programů.

Díky takto zpracovaným ukazatelům bylo v rámci AO zjištěno, že v případě ČT1 došlo k výraznějšímu navýšení průměrné ceny, a to konkrétně ve druhém roce od zavedení novely, aniž by v tomto období došlo k odpovídajícímu zvýšení počtu sponzoringů. Program ČT2 vykazoval v těchto obdobích přirozeně variující průměrný počet sponzoringů. Nicméně bylo vysledováno, že příjem za tyto služby byl zvýšen o více než devadesát procent ve srovnání s obdobím, které předcházelo zavedení novely zákona. V rámci primárně zpravodajského programu ČT24 došlo během prvního roku platnosti novely k výraznému snížení počtu označení sponzora. V případě posledního monitorovaného programu ČT4 zaměřeného především na sport nebylo rovněž zaznamenáno účelové zvýšení ceníkových cen za sponzoring. Ve druhém roce platnosti novely byla v případě tohoto programu průměrná cena za jeden sponzoring dokonce nižší než v předchozím období.

Zpracovala: Denisa Hliňáková, 15. listopadu 2013