



# VALTAKUNNALLINEN TV-MAINONTA

HINNASTO 2022

Sanoma myy valtakunnallista TV-mainontaa Neloselle, Liville, Jimille ja Herolle sekä Fox Networks Groupin kanssa solmitun myyntikumppanuussopimuksen myötä FOXille ja National Geographicille.

**TV-mainontaa voi ostaa paketti- tai kanavaostamisena:**

Pakettiosastaminen			Kanavaostaminen
TV Total Staattinen	TV Total Dynaaminen	TV Total Kanavaostaminen	
25-44	25-44	4-9	4-9
25-54	25-54	25-44	25-44
N25-54, M25-54	N25-54, M25-54	25-54	25-54
25-64	25-64	N25-54, M25-54	N25-54, M25-54
45-64	45-64	25-64	25-64
POP<50	POP<50	45-64	45-64
POP<60	POP<60	POP<50	POP<50
		POP<60	POP<60
Valmiit kanavapainotukset	Muokattavat kanavapainotukset	Kanavaostaminen	<b>Valtakunnalliset ostotavat:</b>
5-6 kanavaa & Video	2-6 kanavaa & Video	1 kanava	Kelluva kohderyhmäkauppa
Kelluvaa mainosaikaa	Kelluvaa mainosaikaa	Kelluvaa mainosaikaa	Kiinteä kohderyhmäkauppa
			Ohjelmaostaminen
			<b>Alueelliset ostotavat:</b>
			Kelluva kohderyhmäkauppa
			Ohjelmaostaminen

## Pakettiostaminen TV

- Total-paketeissa ostetaan kontakteja valitussa kohderyhmässä. Mainosaika on täysin kelluvaa. Lisäksi kiinteällä kohderyhmäkaupalla tai ohjelmaostamisella voi ostaa haluttuja ohjelmayhteyksiä tai painottaa tiettyjä viikonpäiviä.
- TV Total Staattisessa on etukäteen määritellyt, luonnolliseen katseluun perustuvat kanavapainotukset. Kampanjassa tulee olla keskimäärin vähintään 3 TRP:tä per päivä, kun kampanjan kesto on neljä päivää tai enemmän. Lyhyemmissä, 1–3 päivän kampanjoissa tulee olla vähintään 10 TRP:tä.
- TV Total Dynaamisessa on valittavissa 2–6 kanavaa ja kanavapainotukset ovat räätälöitävissä. TV Total Dynaamisen vähimmäisostomäärät per kanava ja per päivä ovat: Nelonen 1,5 TRP, Jim 1,0 TRP, Liv 1,0 TRP, Hero 0,5 TRP, FOX 1,0 TRP ja National Geographic 1,0 TRP.
- TV Total Kanavaostamisessa valitaan haluttu kanava. Tällä ostotavalla voi ostaa myös kohderyhmää 4–9-vuotiaat, jolloin näkyvyys on lastenohjelmissa. Vähimmäisostomäärä on 10 TRP:tä.
- TV Total Kanavaostamisen CPT- ja CPP-hinnat ovat samat kuin kanavaostamisen kelluvan kohderyhmäkaupan hinnat.
- **Videomainonnan ostaminen TV Total -kampanjan yhteydessä**  
Mikäli TV Total Staattisella tai TV Total Dynaamisella varattuun kampanjaan ostaa samassa yhteydessä videomainontaa ja sen osuus on vähintään 15 % TV-kampanjan nettohinnasta, myöntää Sanoma sekä TV- että videokampanjalle kahden (2) prosentin lisäalennuksen.

## TV TOTAL STAATTISEN 30" BRUTTOHINNAT

Kohderyhmä	Koko (000)	CPP-hinta		CPT-hinta	
		prime	off prime	prime	off prime
25-44	1 413	766,50	403,50	54,25	28,56
45-64	1 382	499,50	399,50	36,14	28,91
25-54	2 074	693,50	375,80	33,44	18,12
N25-54	1 011	668,60	362,00	66,13	35,81
M25-54	1 063	689,00	358,50	64,82	33,73
25-64	2 795	654,00	339,80	23,40	12,16
POP<50	1 309	789,00	426,70	60,28	32,60
Pop<60	1 768	710,00	385,00	40,16	21,78
25-54 klo 21 jälkeen	2 074	765,00		36,89	
25-54 klo 22 jälkeen (alkoholi)	2 074	758,00		36,55	

## TV TOTAL DYNAAMISEN 30" BRUTTOHINNAT

CPP-hinta/ Kohderyhmä	Koko (000)	Nelonen		Jim		Liv		Hero	Fox		NatGeo	
		prime	off prime	prime	off prime	prime	off prime	24 h	prime	off prime	prime	off prime
<b>25-44</b>	1 413	932,00	487,00	709,00	355,00	887,00	444,00	545,00	690,00	343,00	666,00	323,00
<b>45-64</b>	1 382	554,00	437,00	532,00	419,00	537,00	423,00	464,00	535,00	414,00	456,00	374,00
<b>25-54</b>	2 074	813,00	427,00	698,00	349,00	780,00	465,00	485,00	695,00	348,00	582,00	291,00
<b>N25-54</b>	1 011	757,00	403,00	707,00	384,00	656,00	301,00	546,00	694,00	376,00	671,00	353,00
<b>M25-54</b>	1 063	792,50	401,80	696,50	348,50			537,50	700,00	350,00	687,50	337,50
<b>25-64</b>	2 795	760,00	402,00	670,00	319,00	730,00	366,00	445,00	670,00	319,00	552,00	265,00
<b>POP&lt;50</b>	1 309	930,00	505,00	820,00	410,00	801,00	401,00	609,00	774,00	387,00	684,00	358,00
<b>Pop&lt;60</b>	1 768	845,00	459,00	745,00	373,00	729,00	364,00	553,00	703,00	352,00	622,00	326,00
<b>25-54 klo 21 jälkeen</b>	2 074	902,00		696,00		785,00		576,00	704,00		675,00	
<b>25-54 klo 22 jälkeen (alkoholi)</b>	2 074	821,00		736,00		856,00		615,00	747,00		717,00	

## TV TOTAL DYNAAMISEN 30" BRUTTOHINNAT

CPT-hinta/ Kohderyhmä	Koko (000)	Nelonen		Jim		Liv		Hero	Fox		NatGeo	
		prime	off prime	prime	off prime	prime	off prime	24 h	prime	off prime	prime	off prime
<b>25-44</b>	1 413	65,96	34,47	50,18	25,12	62,77	31,42	38,57	48,83	24,27	47,13	22,86
<b>45-64</b>	1 382	40,09	31,62	38,49	30,32	38,86	30,61	33,57	38,71	29,96	33,00	27,06
<b>25-54</b>	2 074	39,20	20,59	33,65	16,83	37,61	22,42	23,38	33,51	16,78	28,06	14,03
<b>N25-54</b>	1 011	74,88	39,86	69,93	37,98	64,89	29,77	54,01	68,64	37,19	66,37	34,92
<b>M25-54</b>	1 063	74,55	37,80	65,52	32,78			50,56	65,85	32,93	64,68	31,75
<b>25-64</b>	2 795	27,19	14,38	23,97	11,41	26,12	13,09	15,92	23,97	11,41	19,75	9,48
<b>POP&lt;50</b>	1 309	71,05	38,58	62,64	31,32	61,19	30,63	46,52	59,13	29,56	52,25	27,35
<b>Pop&lt;60</b>	1 768	47,79	25,96	42,14	21,10	41,23	20,59	31,28	39,76	19,91	35,18	18,44
<b>25-54 klo 21 jälkeen</b>	2 074	43,49		33,56		37,85		27,77	33,94		32,55	
<b>25-54 klo 22 jälkeen (alkoholi)</b>	2 074	39,59		35,49		41,27		29,65	36,02		34,57	

# Kanavaostaminen

## Kelluva kohderyhmäkauppa

Kohderyhmäkaupassa ostetaan haluttu määrä kontakteja kohderyhmässä koko kampanjan aikajaksolle. Kontaktitakuu myönnetään ostokohderyhmässä. Mainokset ovat kellovia koko kampanja-aikana. Sanoma vastaa niiden lopullisesta sijoittelusta ohjelmayhteyksiin. Kohderyhmäkauppaa ei voi hyödyntää kampanjoissa, joissa on tauko tai rajoituksia esitysaikojen suhteen (esim. kellonajat, päivät, ohjelmat). Kohderyhmäkaupassa on määritelty erikseen kohderyhmäkohtaiset CPT- ja CPP-hinnat prime timelle ja off prime timelle.

## Kiinteä kohderyhmäkauppa

Kiinteässä kohderyhmäkaupassa valitaan ohjelma, jonka yhteydessä mainos esitetään eli ohjelmayhteys on kiinteä. Valitun ohjelman hinta perustuu kampanjaan määritellyn kohderyhmän katsojaennusteeseen ja ohjelman esitysaikaan (prime time tai off prime time). Kiinteän kohderyhmäkaupan hinta pohjautuu kohderyhmäkaupan CPT-hintoihin, joihin on lisätty +15 %.

## Ohjelmaostaminen

Ohjelmaostamisessa valitaan ohjelma, jonka yhteydessä mainos esitetään eli ohjelmayhteys on kiinteä. Ohjelmakohtainen hinta perustuu 10+ katsojaennusteeseen sekä ohjelmaympäristön ja ohjelman haluttavuuteen. Mikäli kampanjassa on käytetty ainoastaan ohjelmaostamista, myönnetään takuu kohderyhmässä 10+. Kokonaan ohjelmaostamisella ostettuun kampanjaan saa 6 %:n lisämaksulla takuun kohderyhmäkaupalla myynnissä olevassa kohderyhmässä.

## KOHDERYHMÄKAUPAN 30" BRUTTOHINNAT

CPP-hinta/ Kohderyhmä	Koko (000)	Nelonen		Jim		Liv		Hero	Fox		NatGeo	
		prime	off prime	prime	off prime	prime	off prime	24 h	prime	off prime	prime	off prime
<b>25-44</b>	1 413	949,58	496,19	722,38	361,70	903,74	452,38	555,28	703,02	349,47	678,57	329,09
<b>45-64</b>	1 382	564,45	445,25	542,04	426,91	547,13	430,98	472,75	545,09	421,81	464,60	381,06
<b>25-54</b>	2 074	828,34	435,06	711,17	355,58	794,72	473,77	494,15	708,11	354,57	592,98	296,49
<b>N25-54</b>	1 011	771,28	410,60	720,34	391,25	668,38	306,68	556,30	707,09	383,09	683,66	359,66
<b>M25-54</b>	1 063	807,45	409,38	709,64	355,08			547,64	713,21	356,60	700,47	343,87
<b>25-64</b>	2 795	774,34	409,58	682,64	325,02	743,77	372,91	453,40	682,64	325,02	562,42	270,00
<b>POP&lt;50</b>	1 309	947,55	514,53	835,47	417,74	816,11	408,57	620,49	788,60	394,30	696,91	364,75
<b>Pop&lt;60</b>	1 768	860,94	467,66	759,06	380,04	742,75	370,87	563,43	716,26	358,64	633,74	332,15
<b>25-54 klo 21 jälkeen</b>	2 074	919,02		709,13		799,81		586,87	717,28		687,74	
<b>25-54 klo 22 jälkeen (alkoholi)</b>	2 074	836,49		749,89		872,15		626,60	761,09		730,53	
<b>4-9 (vkot 1-43)</b>	353		149,00									
<b>4-9 (vkot 44-52)</b>	353		171,00									



## KOHDERYHMÄKAUPAN 30" BRUTTOHINNAT

CPT-hinta/	Koko (000)	Nelonen		Jim		Liv		Hero	Fox		NatGeo	
Kohderyhmä		prime	off prime	prime	off prime	prime	off prime	24 h	prime	off prime	prime	off prime
<b>25-44</b>	1 413	67,20	35,12	51,12	25,60	63,96	32,02	39,30	49,75	24,73	48,02	23,29
<b>45-64</b>	1 382	40,84	32,22	39,22	30,89	39,59	31,19	34,21	39,44	30,52	33,62	27,57
<b>25-54</b>	2 074	39,94	20,98	34,29	17,14	38,32	22,84	23,83	34,14	17,10	28,59	14,30
<b>N25-54</b>	1 011	76,29	40,61	71,25	38,70	66,11	30,33	55,02	69,94	37,89	67,62	35,57
<b>M25-54</b>	1 063	75,96	38,51	66,76	33,40			51,52	67,09	33,55	65,90	32,35
<b>25-64</b>	2 795	27,70	14,65	24,42	11,63	26,61	13,34	16,22	24,42	11,63	20,12	9,66
<b>POP&lt;50</b>	1 309	72,39	39,31	63,83	31,91	62,35	31,21	47,40	60,24	30,12	53,24	27,87
<b>Pop&lt;60</b>	1 768	48,70	26,45	42,93	21,50	42,01	20,98	31,87	40,51	20,29	35,84	18,79
<b>25-54 klo 21 jälkeen</b>	2 074	44,31		34,19		38,56		28,30	34,58		33,16	
<b>25-54 klo 22 jälkeen (alkoholi)</b>	2 074	40,33		36,16		42,05		30,21	36,70		35,22	
<b>4-9 (vko 1-43)</b>	353		42,21									
<b>4-9 (vko 44-52)</b>	353		48,44									

**TOTAL TV**

# **Yleistä kampanjoihin ja ostamiseen liittyen**

# Yleistä kampanjoihin ja ostamiseen liittyen

## Kampanjamääritys

TV-kampanjalla tarkoitetaan kokonaisuutta, joka varataan ja vahvistetaan kerralla ja jolla mainostetaan samaa tuotetta tai palvelua. Saman mainostajan erilliset kampanjat katsotaan yhdeksi kampanjokokonaisuudeksi, jos kampanjoiden välinen tauko on seitsemän (7) päivää tai sen alle ja joissa on käytetty samaa mainosta tai mainoksia ja/tai ostokohderyhmää.

TV-kampanja voi koostua kelluvan kohderyhmäkaupan, kiinteän kohderyhmäkaupan ja ohjelmaostamisen yhdistelmästä. Nelosen valtakunnalliseen kampanjaan voi yhdistää alueellista mainontaa silloin, kun molemmissa on ostokohderyhmä 25–64-vuotiaat.

## Prime time ja off prime time

Prime timen ohjeellinen aikaväli on 18.00–23.59 ja off prime timen 24.00–17.59. Päivänosa määräytyy ohjelman alkamisajan mukaan.

## Mainosajan ostaminen esitysaikarajoitteisissa kampanjoissa

K-16-esitysaikarajoitteisille kampanjoille on mahdollista ostaa klo 21.00 jälkeen ohjelmaostamista ja kohderyhmäkauppaa kohderyhmässä 25–54-vuotiaat.

K-18-esitysaikarajoitteisille kampanjoille on mahdollista ostaa klo 23.00 jälkeen vain ohjelmaostamista.

Alkoholimainoskampanjoille on mahdollista ostaa klo 22.00 jälkeen ohjelmaostamista ja kohderyhmäkauppaa kohderyhmässä 25–54-vuotiaat.

# Yleistä kampanjoihin ja ostamiseen liittyen

## Kontaktitakuu

Kampanjoissa on vain yksi kontaktitakuu, joka myönnetään kampanjan ostokohderyhmässä koko aikajaksolle.

TV Total -kampanjoissa on kokonaiskontaktitakuu, ei kanavakohtaista takuuta. Kanavaostamisella kontaktitakuu on kanavakohtainen.

## Kontaktitakuu myönnetään ostokohderyhmässä kampanjoihin seuraavien minimiostomäärien mukaan:

Kanava	TRP
Nelonen	30
Jim	15
Liv	15
Hero	10
Fox	15
National Geographic	15

TV Total Staattisessa takuun minimiostomäärä on 100 TRP:tä. TV Total Dynaamisessa takuun myöntäminen määräytyy em. kanavakohtaisten rajojen mukaan.

Seitsemän (7) päivää kestäville tai sitä lyhyemmille kampanjoille ei myönnetä takuuta kampanjan aikana, vaan mahdolliset alle jääneet kontaktit korvataan seuraavassa kampanjassa tai asiakkaan suostumuksella kampanjaa jatkamalla. Kampanjan jäädessä alle 0,5 TRP:tä, ei alituksia korvata. Kontaktitakuun alituksia ei hyvitetä rahassa.

Kontaktitakuu todennetaan Finnpanel Oy:n toimittamista TV-mittaritutkimuksen lopullisista katsojaluvuista.

# Yleistä kampanjoihin ja ostamiseen liittyen

## Katkoyhteys

Samaan katkoon voi ostaa enintään kolme esitystä. Katkoyhteyttä on mahdollista hyödyntää valtakunnallisissa ja alueellisissa kampanjoissa sekä niiden yhdistelmissä. Mainosten keskinäinen järjestys katkossa on vapaasti päätettävissä. Kontaktiennuste annetaan kaikille esityksille erikseen.

## Määräkatkot ja määräpaikat

Valtakunnallisissa ohjelmaostamisen ja kiinteän kohderyhmäkaupan esityksissä voi määritellä halutun mainoskatkon neljän (4) prosentin lisämaksulla. Halutun katkon ensimmäisen, toisen, toiseksi viimeisen tai viimeisen paikan voi varmistaa kahdeksan (8) prosentin lisämaksulla per esityskerta.

## Pituuskertoimet

Kaikki ilmoitetut hinnat ovat 30 sekunnin mainokselle. Eripituisille mainoksille saa hinnan kertomalla 30 sekunnin hinnan oheisilla pituuskertoimilla.

Sek	Kerroin	Sek	Kerroin
5	0,3	76–80	2,7
6–10	0,5	81–85	2,8
11–15	0,7	86–90	3,0
16–20	0,8	91–95	3,2
21–25	0,9	96–100	3,3
26–30	1,0	101–105	3,5
31–35	1,2	106–110	3,7
36–40	1,3	111–115	3,8
41–45	1,5	116–120	4,0
46–50	1,7	121–130	4,3
51–55	1,8	131–140	4,6
56–60	2,0	141–150	5,0
61–65	2,2	151–160	5,3
66–70	2,3	161–170	5,6
71–75	2,5	171–180	6,0

# Yleistä kampanjoihin ja ostamiseen liittyen

## Viikkoindeksit

Viikko	Indeksi	Päivät
1-4	70	3.1.-30.1.2022
5-13	100	31.1.-3.4.2022
14-16	105	4.4.-24.4.2022
17-21	116	25.4.-29.5.2022
22-25	118	30.5.-26.6.2022
26-28	90	27.6.-17.7.2022
29-31	85	18.7.-7.8.2022
32-35	110	8.8.-4.9.2022
36-39	118	5.9.-2.10.2022
40-44	115	3.10.-6.11.2022
45-51	100	7.11.-25.12.2022
52	70	26.12.-1.1.2023

## Kausien avausaikataulu

Avattava kausi	Päivät	Viikot	Avataan myyntiin	Avaus viikko
Tammi-helmikuu	1.1.-27.2.	01-08	22/11/2021	vk 47
Maalis-huhtikuu	28.2.-1.5.	09-17	24/01/2022	vk 4
Touko-kesäkuu	2.5.-3.7.	18-26	28/03/2022	vk 13
Heinä-elokuu	4.7.-28.8.	27-34	23/05/2022	vk 21
Syys-lokakuu	29.8.-30.10.	35-43	25/07/2022	vk 30
Marras-joulukuu	31.10.-31.12.	44-52	26/09/2022	vk 39