



# GRP-prisliste for P4+

Alle priser og beregninger er gjort med radios offisielle lyttermåling PPM, med de definisjoner som ligger til grunn for denne målemetoden.

P4+ selger GRP i målgruppen 12 år+ basert på CPT.

**CPT** (Cost Per Thousand): angir hvor mye annonsøren betaler for å nå 1 000 personer over 12 år, og er retningsgivende for GRP-priser.

**GRP** (Gross Rating Points). 1 GRP tilsvarer 1% av radiokanalenes univers, som er hele befolkningen 12 år eller eldre. Dette tilsvarer per 01.07.2017, 4 506 000 personer (SSB). 1 GRP utgjør 45 060 personer. P4+s priser er CPT basert noe som vil medføre endring i GRP pris ved endring av befolkningsstørrelsen.

Daypart	06.00-17.59	18.00-05.59
	90 % budsjettandel	10 % budsjettandel
Høysesong	CPT 157,- <b>GRP 7 085</b>	CPT 103,- <b>GRP 4 651</b>
Mellomsesong	CPT 148,- <b>GRP 6 691</b>	CPT 97,- <b>GRP 4 393</b>
Lavsesong	CPT 126,- <b>GRP 5 669</b>	CPT 83,- <b>GRP 3 728</b>

Lavsesong: januar, august og fra og med uke 51 og ut desember.

Mellomsesong: februar og juli.

Høysesong: mars, april, mai, juni, september, oktober, november og til og med uke 50 i desember.

Kampanjen avvikles på P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10 og NRJ.

## Kampanjens varighet

Kampanjer med varighet mindre enn 4 dager per uke gis et tillegg på 10%.

## Top & Tail

P4 tilbyr Top & Tail -plasseringer hvor to reklameinnslag med beslektet kreativt innhold sendes i samme reklamepause. Vi garanterer at reklameinnslagene skal være atskilt av minst én annen reklamespot. Reklameinnslagene prises individuelt og det beregnes et tillegg på 10% for hvert av innslagene.

## Spesialplassering

Kampanjer som ønskes avviklet mer spesifisert enn normalfordelingen, eller har avvik fra denne, vil medføre et tillegg på 10% på hele kampanjen.

## Spotlengdeindekser

Spotlengde	0-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-59
Indeks	0,6	0,7	0,8	0,9	0,97	1	1,2	1,4	1,7	2

## Etterrapporter

Leveres senest 7 dager etter kampanjeslutt.

## Spotkjøp

Det er mulig å kjøpe spotter i bestemte programmer og spesielle evenementer. Prisen fastsettes etter forventet oppslutning og gjeldende GRP-pris med et tillegg på 20%. Ved garantert spotplassering innrømmes ikke lyttergaranti. Spotprisene utarbeides av salgsavdelingen på forespørsel.

Prislisten er gjeldende fra og med 1. juli 2017.