

**O2 TV
CENOVNIK OGLAŠAVANJA 2018****CILJNA GRUPA**

ALL 4+

DAY PARTPT (18-24)
OFF PT**CPP 30 SEC / E****KOEFICIJENTI ZA DUŽINU SPOTA****DUŽINA SPOTA**

6 - 10"
11 - 15"
16 - 20"
21 - 25"
26 - 30"
31 - 35"
36 - 40"
41 - 45"
46 - 50"
51 - 55"
56 - 60"
60 - 65"

KOEFICIJENT

0.60
0.75
0.90
0.95
1.00
1.20
1.40
1.60
1.80
1.90
2.00
2.20

SPECIJALNE POZICIJE U BLOKU - KOEFICIJENTI**POZICIJA**

PRVA I POSLEDNJA POZICIJA U BLOKU
DRUGA I PRETPOSLEDNJA POZICIJA U BLOKU
TREĆA POZICIJA OD POČETKA I KRAJA U BLOKU
ČETVRTA POZICIJA OD POČETKA I KRAJA U BLOKU

KOEFICIJENT

1.40
1.30
1.20
1.10

SPECIJALNE ODLUKE - PROGRAMSKI KOEFICIJENTI**EMISIJA**

VESTI
PROGRAMI U SATU OD 16:00
PROGRAMI U SATU OD 17:00
PROGRAMI U SATU OD 18:00
PROGRAMI U SATU OD 19:00
PROGRAMI U SATU OD 20:00
PROGRAMI U SATU OD 21:00
PROGRAMI U SATU OD 22:00
FILM U PT
24 MINUTA SA ZORANOM KESICEM
SPORTSKI DOGAĐAJI
VICE

KOEFICIJENT

1.50
1.20
1.20
1.30
1.50
1.50
1.40
1.40
1.40
1.40
I BLOK 2.20 / II BLOK 1.80
1.50
1.50

SPECIJALNE ODLUKE - SEZONSKI KOEFICIJENTI**MESEC**

JANUAR, FEBRUAR
MART, JUN
JULI, AVGUST
SEPTEMBAR, OKTOBAR
APRIL, MAJ, NOVEMBAR, DECEMBAR

KOEFICIJENT

0.95
1.10
0.90
1.15
1.20

KOLIČINSKI POPUST, GODIŠNJI BUDŽET EUR NET

DO 30.000
30.000 - 50.000
50.000 - 100.000
100.000 - 150.000
150.000 - 200.000
200.000 - 250.000
250.000 - 300.000
300.000 - 400.000
PREKO 400.000

9%
11%
13%
16%
19%
22%
25%
27%
30%

NAPOMENA

Sve cene su izražene u NETO iznosu. Na prikazane cene se obračunava PDV
Količinski popusti se primenjuju na NETO budžete oglašivača
Ukoliko oglašivač ne realizuje ugovoreni budžet na osnovu kojeg je odobren količinski popust, O2 TV će prema posebnoj odluci zadužiti oglašivača za neispunjenje ugovornih obaveza
O2 TV zadržava pravo uvođenja programskih koeficijenata za oglašavanje tokom programa koji nisu definisani zvaničnim cenovnikom
Oglasna poruka ne sme biti kraća od 6 sec
Oglasna poruka koja u sebi sadrži informacije ili oglašavanje više od jedne reklamne marke podleže uvećanju cene za 20% za svaku reklamnu marku koja je deo iste oglasne poruke
Ukoliko klijent emitovanjem oglasne poruke realizuje rejting 0 u reklamnog bloku, O2 TV će prilikom obračuna primeniti rejting 0.02
Sponzorstva emisija podležu posebnom cenovnom tretmanu i ugovaraju se nezavisno od zvaničnog cenovnika

Sektor prodaje
O2 TV
Autoput 22, Beograd
marketing@b92.net

Cenovnik važi od januara 2018. godine



O2TV – OPŠTI USLOVI OGLAŠAVANJA U 2018. GODINI

POJMOVI

OGLASNA PORUKA – reklamni TV spot kojim se preporučuje **Oglašivač**, njegova aktivnost, proizvod ili usluga unutar oglasnog prostora televizijskog programa.

OGLASNI PROSTOR – prostor za emitovanje oglasnih poruka.

OGLAŠIVAČ – pravno lice, preduzetnik ili fizičko lice čije poslovno ime, ličnost, aktivnost, proizvod ili uslugu preporučuje oglasna poruka.

CPP - cena jednog rejting poena oglasne poruke u trajanju od 30" (trideset sekundi) za ciljnu grupu All 4+. Rejting poeni se utvrđuju na osnovu izveštaja specijalizovane agencije za istraživanje gledanosti televizije Nielsen Audience Measurement.

NALOG ZA EMITOVANJE - DISPOZICIJA – dokument koji sadrži sve potrebne elemente reklamne kampanje (datum i vreme emitovanja, naziv i trajanje oglasne poruke...) i koji **Oglašivač** dostavlja **O2TV**.

SPONZORSTVO – nestandardan/poseban vid oglašavanja.

NARUČIVANJE EMITOVANJA OGLASNIH PORUKA

Prilikom naručivanja emitovanja oglasnih poruka, **Oglašivač** je dužan da dostavi dispoziciju ovlašćenim predstavnicima sektora prodaje **O2TV** najkasnije četiri dana pre željenog dana emitovanja.

Dispozicija mora sadržati sledeće informacije:

1. Naziv oglašivača
2. Naziv kampanje
3. Tačan period kampanje (datum početka i završetka reklamne kampanje)
4. Naziv spota (koji mora biti isti kao naziv arhiviranog spota)
5. Tačno trajanje spota u sekundama
6. Raspored emitovanja svakog pojedinačnog spota u programima **O2TV** tokom kampanje
7. Specijalne pozicije ukoliko ih je **Oglašivač** zakupio

Oglašivač je dužan da vodi računa o tačnom trajanju spota. Ukoliko su informacije o dužini spota netačne, **O2TV** će obračunati vrednost emitovanja prema stvarnoj dužini spota koju je utvrdila. Ukoliko dužina spota nije u punoj sekundaži, primenjivaće se sledeće pravilo: sve preko 12 frejmova obračunavaće se kao sledeći sekund (ukoliko je dužina spota 15 sec i 12 frejmova prilikom obračuna koristi se dužina spota od 15 sec; ukoliko je dužina spota 15 sec i 13 frejmova prilikom obračuna koristi se dužina spota od 16 sec).

Oglašivač je dužan da **O2TV** dostavi reklamni spot obeležen crnim na početku i na kraju spota kako **O2TV** ne bi bila u dilemi koje je stvarno trajanje spota.

Arhiviranje spota se vrši u prostorijama **O2TV**, Autoput 22, 11080 Beograd, dva radna dana pre željenog početka emitovanja u periodu od 10:00 do 16:00 h. **Oglašivač** je dužan da prilikom arhiviranja spota, ovlašćenim licima **O2TV** dostavi uredno popunjenu i overenu deklaraciju (prema Zakonu o oglašavanju).

Materijal za emitovanje mora biti dostavljen **O2TV** na disku ili u elektronskoj formi u sledećem formatu:

- QUICKTIME (.MOV)
- Video format: 720x576 anamorphic
- Aspekt slike: 16:9
- Audio: Stereo 48000 Hz linear PCM, - 23 LUFS

O2TV će emitovati oglasne poruke koje su dostavljene u skladu sa standardima **O2TV**. Trajanje oglasne poruke ne sme biti kraće od 6 sekundi.

Oglašivač može da naruči emitovanje spota na posebnim pozicijama u reklamnom bloku, uz uslov da je takva pozicija raspoloživa i ugovorena. Za posebne pozicije u bloku primenjuju se sledeći indixi:

1. Prva i poslednja pozicija u reklamnom bloku – 1.4
2. Druga i pretposlednja pozicija u reklamnom bloku – 1.3
3. Treća pozicija od početka reklamnog bloka i treća pozicija pre završetka reklamnog bloka – 1.2
4. Četvrta pozicija od početka reklamnog bloka i četvrta pre završetka reklamnog bloka – 1.1

Oglasna poruka koja u sebi sadrži informacije ili oglašavanje više od jedne robne marke, podleže uvećanju cene za 20% za svaku robnu marku koja je deo iste oglasne poruke.

PRIHVATANJE / ODBIJANJE NALOGA ZA EMITOVANJE

Oglašivač je dužan da nalog za emitovanje dostavi ovlašćenim licima sektora prodaje **O2TV** u elektronskoj formi. Smatra se da je **O2TV** primila i prihvatila nalog za emitovanje ukoliko su ovlašćena lica sektora prodaje potvrdila prijem naloga u elektronskoj formi ili, ukoliko do potvrde elektronskim putem nije došlo, smatraće se da je **O2TV** prihvatila nalog samim emitovanjem oglasne poruke.

O2TV zadržava pravo da u bilo kom trenutku odbije emitovanje oglasne poruke zbog tehničkih, pravnih ili etičkih razloga, a posebno ako sadržaj oglasne poruke nije u skladu sa interesima **O2TV**.

U slučaju da **O2TV** odbije da emituje oglasnu poruku, **Oglašivač** nema pravo na naknadu štete niti na bilo kakvo drugo potraživanje od **O2TV**.

EMITOVANJE

Dan emitovanja počinje u 02:00 h i završava se u 02:00 h sledećeg kalendarskog dana.

Ugovoreno vreme emitovanja oglasnih poruka poštovaće se u skladu sa mogućnostima **O2TV**. Izmjena vremena emitovanja uz primenu drugačijeg cenovnog razreda, moguća je ukoliko u pisanom obliku nije dogovoreno drugačije.

U slučaju izmene programske šeme **O2TV** je dužna da obavesti **Oglašivača** pisanim putem.

Ukoliko **O2TV** promeni raspored emisija usled aktuelnih događaja, direktnog prenosa određenih sportskih događaja, koncerata ili bilo kog drugog programskog sadržaja, tehničkih razloga ili više sile, i

zbog toga nije u mogućnosti da emituje oglasne poruke u ugovorenom terminu, **O2TV** ima pravo da oglasne poruke emituje pre ili posle ugovorenih termina.

Ukoliko **Oglašivač** primeti određene nepravilnosti prilikom emitovanja oglasne poruke u programima **O2TV**, dužan je da pisanim putem uputi žalbu **O2TV** najkasnije 5 dana nakon emitovanja oglasne poruke. Ukoliko **Oglašivač** pisanim putem ne obavesti **O2TV** o nepravilnostima prilikom emitovanja oglasnih poruka, po isteku navedenog roka smatraće se da je **O2TV** pravilno izvršila emitovanje oglasnih poruka.

O2TV nije odgovorna ni po kojoj osnovi ukoliko je došlo do propusta u emitovanju oglasne poruke zbog krivice ili nepažnje **Oglašivača**.

OTKAZIVANJE

Oglašivač može otkazati naručena emitovanja pisanim putem 7 dana pre početka predviđene kampanje. Ako se naručena emitovanja otkazu u roku od:

- 72 sata pre emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 25% od vrednosti otkazanih emitovanja
- 48 sati pre emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 50% od vrednosti otkazanih emitovanja
- 24 sata pre emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 75% od vrednosti otkazanih emitovanja

Prilikom određivanja vrednosti koju je **Oglašivač** dužan da plati **O2TV**, koristi se izveštaj specijalizovane agencije za istraživanje gledanosti televizije Nielsen Audience Measurement o prosečnom rejtingu celokupnog reklamnog bloka u datoj emisiji, u ciljnoj grupi **O2TV**. Ukoliko emisija ima dva ili više reklamnih blokova, za utvrđivanje vrednosti koju je **Oglašivač** dužan da plati **O2TV** koristiće se reklamni blok koji je ostvario najveći rejting.

Oglašivač je dužan da pisanim putem obavesti **O2TV** o otkazivanju sponzorstva u roku dužem od 30 dana do početka emitovanja. Ukoliko se sponzorstvo otkáže u roku od:

- 30 do 15 dana pre početka emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 50% od ugovorene vrednosti sponzorstva
- 14 dana pre početka emitovanja ili kraće, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 100% ugovorene vrednosti sponzorstva

Oglašivač je dužan da pisanim putem obavesti **O2TV** o otkazivanju zakupa Break Bumpera u roku dužem od 45 dana do početka emitovanja. Ukoliko se zakup break bumpera otkáže u roku od:

- 44 do 30 dana pre početka emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 30% od ugovorene cene
- 29 do 15 dana pre početka emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 50% od ugovorene cene
- 14 do 7 dana pre početka emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 70% od ugovorene cene
- 6 dana pre početka emitovanja i kraće, **Oglašivač** je dužan da **O2TV** nadoknadi 100% od ugovorene cene

CENE

O2TV primenjuje CPP cenovnik koji je na snazi u trenutku prihvatanja ponude, osim ukoliko nije drugačije dogovoreno.

Ciljna grupa **O2TV** je All 4+.

Cena za posebne oglasne sadržaje, poput sponzorstava, ugovara se posebno.

O2TV zadržava pravo da uvede programske koeficijente za određene programe. **O2TV** je dužna da **Oglašivača** obavesti pisanim putem 7 dana pre primene programskih koeficijenata.

Sve cene su izražene u neto iznosu i na njih se obračunava PDV.

Ukoliko se nakon završetka ugovornog perioda utvrdi da **Oglašivač** nije ispunio budžet na koji se obavezao i za koji je **O2TV** odobrila uslove oglašavanja, **O2TV** ima pravo da izda knjižno zaduženje u visini od 50% nerealizovanog budžeta konkretnog **Oglašivača**.

USLOVI PLAĆANJA

O2TV ispostavlja fakturu na osnovu izvršenih emitovanja oglasnih poruka **Oglašivača**. Kao dokaz da je **O2TV** izvršila emitovanja oglasnih poruka, koristiće se izveštaj Nielsen Audience Measurement, specijalizovane agencije za istraživanje gledanosti televizije. **Oglašivač** je dužan da izvrši uplatu na osnovu ispostavljene fakture u roku od 15 dana od dana izdavanja fakture, ukoliko na fakturi nije drugačije naznačeno. Faktura može biti dostavljena u pisanom ili elektronskom obliku.

Oglašivač obavlja plaćanje isključivo na račun **O2TV**. Ukoliko **Oglašivač** zakasni prilikom izmirivanja novčanih obaveza, biće u obavezi da **O2TV** plati zakonsku zateznu kamatu za sve vreme kašnjenja.

Oglašivač je dužan da prilikom sklapanja Ugovora sa **O2TV** dostavi blanko menicu kao vid bankarske garancije.

SPONZORSTVA

O2TV pod sponzorstvom podrazumeva sve nestandardne oblike oglašavanja.

BREAK BUMPER – sponzorstvo reklamnog bloka.

BILLBOARD IN / OUT – vizuelna identifikacija **Oglašivača** u trajanju do 5 sec kojom počinje i završava se sponzorisan sadržaj.

INSERTER – grafička reklamna forma u trajanju do 8 sec koja se emituje tokom trajanja sponzorisanog sadržaja.

BRANDED CONTENT – implementacija proizvoda u sadržaj emisije.

Svi elementi sponzorskog paketa moraju biti napravljeni i realizovani u skladu sa Zakonom o oglašavanju.

Oglašivač je dužan da **O2TV** dostavi elemente za izradu sponzorskih formi u odgovarajućem formatu. Konačan sadržaj sponzorske forme i vizuelni identitet odobrava **O2TV**.

O2TV zadržava pravo da u bilo kom trenutku odbije emitovanje oglasne poruke zbog tehničkih, pravnih ili etičkih razloga, a posebno ako sadržaj sponzorske forme nije u skladu sa interesima **O2TV**. Ukoliko **O2TV** iz bilo kog razloga odbije da emituje određene sponzorske forme **Oglašivač** nema pravo na naknadu štete ni na bilo kakvo drugo potraživanje od **O2TV**.

O2TV zadržava pravo da određene programske celine isključi iz sponzorske ponude.

PRAVNA ODGOVORNOST

Oglašivač preuzima potpunu odgovornost za sadržaj oglasne poruke.

Oglašivač garantuje da su sva autorska prava i prava ka trećim licima regulisana po bilo kom osnovu, te je dužan da **O2TV** oslobodi od svake odgovornosti za svu eventualno nastalu štetu ili gubitke, reklamacije i tužbe.

Oglašivač garantuje da će svaka oglasna poruka, koju bude emitovala **O2TV** biti sačinjena u skladu sa svim pozitivnim propisima Republike Srbije, a naročito u skladu sa Zakonom o oglašavanju.

U slučaju da se protiv **O2TV** i/ili odgovornog lica **O2TV** pokrene postupak pred nadležnim sudom odnosno drugim nadležnim organom u Republici Srbiji zbog toga što bilo koja od oglasnih poruka **Oglašivača**, nije sačinjena u skladu sa pozitivnim propisima Republike Srbije, svi troškovi koji nastanu u vezi sa postupkom (takse, troškove advokata prema tarifniku i druge opravdane s tim u vezi nastale troškove) padaju na teret **Oglašivača**.

Oglašivač garantuje da su sva autorska i druga srodna prava u vezi kompozicija, tekstova, slika i drugih dela koja su korišćena i/ili sačinjena prilikom izrade oglasnih poruka u celosti regulisana.

KUPOVINA OGLASNOG PROSTORA

Oglašivač može ugovarati i vršiti zakup direktno sa televizijom ili putem posrednika tj. medijske agencije.

Pod medijskom agencijom se smatra preduzeće registrovano za kupovinu oglasnog prostora a koje u svom portfoliju ima minimum dva klijenta.

Medijske agencije se mogu udruživati u medijske poolove i pod medijskim poolom se podrazumevaju dve ili više medijskih agencija koje zakup plaćaju sa istog računa.