

Радифузна
установа
Радио Телевизија
Србије

PTC

III - 4 -03- 2011

БЕОГРАД, Јаковска 10.

Број 1069



ЦЕНОВНИК

ЕМИТОВАЊА И ПРОИЗВОДЊЕ

Е П П

2011. година

	РТС 1	ИСПРЕД Дин./сек	СЕЧА У БЛОКУ Дин./сек
06.00-16.00	Јутарњи програм 06.00-07.00	-	2.000
	Утарњи програм 07.00-09.00	-	3.300
	Жикина шареница	-	4.600
	Серије, емисије, филмови	1.300	2.600
	Спорт	3.300	4.400
16.00-19.00	Серије, емисије, филмови	3.800	6.000
	Спорт	6.500	9.000
19.00-24.00	Слагалица	9.600	-
	ТВ Дневник 2	11.000	17.000
	Серијски и драмски програм у 20.00	-	12.000
	Филмови, серије, емисије	7.500	11.000
	Спорт	9.000	11.000
После 24.00	Серије, емисије, филмови	2.200	2.200
	Спорт	2.000	2.000



	РТС 2	ИСПРЕД Дин./сек	СЕЧА У БЛОКУ Дин./сек
06.00-16.00	Емисије, серије, филмови	700	1.100
	Дечији програм	600	1.400
	Спорт	1.400	2.700
16.00-24.00	Серије, филмови	960	2.400
	Емисије	960	1.200
	Дечији програм	1.400	2.400
	Спорт	2.700	4.500
После 24.00	Емисије, серије, филмови	380	1.200
	Спорт	250	350

ПРОДУКЦИЈА – ТЕЛЕВИЗИЈА

Продукција трик спота и телопа (по комаду)	35.000
Продукција репортаже (по 1 минути)	по калкулацији
Цене снимања играних спотова, репортажа, ван седишта РТВ центара и репортажа које захтевају додатну продукцијску обраду утврђују се посебном калкулацијом	по калкулацији

ОПШТИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

1. КОРЕКЦИЈА ЦЕНА

- 1.1. За наручено емитовање ТВ спота у позицији први или последњи у блоку, цена се увећава за 20%.
- 1.2. За ексклузивност у рекламном блоку у односу на конкурентски сродне производе и услуге, цена се увећава за 100%, уз услов да спот не може бити краћи од 20 секунди. Ексклузивност не подразумева и избор позиције у блоку.
- 1.3. У случају истовременог представљања више оглашивача, производа и услуга у оквиру једног спота, цена емитовања се увећава за 20% на основне цене из Ценовника.
- 1.4. Посебни пропагандни облици (репортажа и разговор у студију) уговарају се у складу са програмском и уређивачком политиком и посебно утврђеним терминима.
- 1.5. Репортажа – сажет рекламни извештај у трајању од једног до три минута, може се емитовати искључиво у слободним терминима, а обрачунава се по цени емитовања спота у истом термину са попустом од 30% .
- 1.6. Разговор у студију (гостовање) подлеже уређивачким критеријумима, а обрачунава се по цени емитовања спота у истом термину са попустом од 30%.
- 1.7. За остале комерцијалне емисије и облике спонзорског емитовања (целе емисије, сценографске ознаке, најаве водитеља, пакет-понуде, програмске репортаже и разговоре и др.) цене се посебно одређују и уговарају.
- 1.8. За сечење емисија, серија и слично, а што није дефинисано Ценовником, за сечу у блоковима цена се увећава 50% у односу на цену блока испред.

2. СПЕЦИЈАЛНИ ПОПУСТИ

За емитовање у слободним терминима, одобравају се попусти на цене, и то:

2.1. Позориштима, музејима, уметничким галеријама, организаторима концерата озбиљне музике, културних и музичких манифестација и спортских догађаја, домаћој кинематографији, филмским дистрибутерима, издавачима књига, новинским издањима и часописима, здравственим и просветним институцијама и установама, туризму (туристичке заједнице, бањско рекреативни центри, хотели и др.), министарствима за акције од јавног интереса, за еколошке акције, верским заједницама и невладиним организацијама, одобрава се попуст на емитовања

Без истицања спонзора:

- 70% попушта искључиво у слободним терминима и по одобрењу Директора маркетинга РТС. Овај попуст искључује све остале попусте, осим попушта за авансно плаћање.

Уз истицање спонзора:

- 60% попушта искључиво у слободним терминима и по одобрењу Директора маркетинга РТС. Овај попуст искључује све остале попусте, осим попушта за авансно плаћање.

- Специјални попусти могу се применити и на цене формиране посебном Одлуком у случају да у терминима на које се односе постоји слободно рекламно време.



2.2. За клијенте који се обавезу на потрошњу на РТС 2 у висини од:

- 100% укупног буџета – додатни попуст 30%;
- 50% укупног буџета – додатни попуст 20%;
- 30% укупног буџета – додатни попуст 10%.

- Овај попуст одобрава се само за клијенте чији је нето буџет већи од 100.000 ЕУР.

3. СКАЛА ПОПУСТА ЗА ОГЛАШИВАЧЕ

КОЛИЧИНСКИ ПОПУСТ

НЕТО БУЏЕТ У ЕВРИМА	ПОПУСТ
20.000	5%
50.000	7%
100.000	10%
200.000	13%
300.000	16%
400.000	19%
500.000	22%
600.000	25%
700.000	28%
800.000	30%
900.000	32%
1.000.000	35%

Генерални директор РТС-а, на предлог Директора маркетинга, може одобрити и већи попуст под истим условима за све оглашиваче у следећим случајевима:

- а) За буџете веће од 1.000.000 ЕУР;
- б) По основу удела годишњег буџета оглашивача на РТС, а према подацима о реализацији оглашавања према независним подацима истраживања тржишта;
- в) По основу вишегодишње реализације нето буџета на РТС-у у износу преко 500.000 еура (минимум три године);
- г) У случају великих уговора о пословно-програмској сарадњи (серије, серијали, пакети програма и сл.), или пословно-техничкој сарадњи, где РТС уступа рекламно време као противнакнаду.



4. УСЛОВИ КОРИШЋЕЊА КОЛИЧИНСКОГ ПОПУСТА

- 4.1. Количински попуст се одобрава оглашивачима на основу годишњег уговора који је оглашивач директно или преко агенције закључио са Маркетингом РТС, а према припадајућем попусту за уговорну вредност реклама према важећем Ценовнику и исказује се у месечним фактурама.
- 4.2. Уколико оглашивач не реализује уговорени износ по основу којег је користио попуст из овог Ценовника, односно уговорени попуст из уговора, по свакој појединачној наруџбини, РТС ће га на крају уговорног периода посебно задужити у износу више коришћеног попушта, са роком плаћања одмах по пријему задужења.
- 4.3. РТС задржава право да у случају измењених тржишних околности квартално анализира потрошњу буџета и, ако утврди битна одступања која нису оправдана и додатним доказима оглашивача, извршиће ревизију уговора са буџетом према стварној потрошњи у претходном кварталу са ретроактивном корекцијом попушта. За случај повећања буџета, оглашивач нема право на ретроактивно повећање попушта.
- 4.4. У случају када оглашивач не подмири дуговања за емитовање реклама, РТС може одбити нове наруџбине за емитовање.

5. АГЕНЦИЈСКИ ПОПУСТ

- 5.1. Основни агенцијски попуст износи 10%.
- 5.2. Агенција стиче право на основни агенцијски попуст потписивањем и реализацијом уговора о оглашавању под следећим условима:
 - Агенција мора бити регистрована за обављање делатности рекламе и пропаганде и да има седиште на територији Републике Србије;
 - Да је уговорен и реализован годишњи буџет од најмање 600.000 ЕУР за најмање два клијента.
- 5.3. Агенције које се обавезу на буџет од:
 - а) минимум 10.000.000 ЕУР нето у периоду од 01.01.2011.-31.12.2011. године, могу извршити авансну уплату у износу од 40% буџета, чиме стичу право на додатни попуст од 30%, за највише шест својих клијената;
 - б) минимум 6.000.000 ЕУР нето у периоду од 01.01.2011.-31.12.2011. године, могу извршити авансну уплату у износу од 40%, чиме стичу право на додатни попуст од 20%, за највише четири своја клијента;
 - в) минимум 3.000.000 ЕУР нето у периоду од 01.01.2011.-31.12.2011. године, могу извршити авансну уплату у износу од 40% буџета, чиме стичу право на додатни попуст од 10%, за највише два своја клијента.



Динамика уплате:

- 40% до 28.02.2011. године,
- 30% до 31.03.2011. године,
- 30% до 30.04.2011. године.

5.4. Агенцијски попуст се одобрава после примене количинског попушта.

5.5. За медија куће које од 01.01.2011.-31.12.2011. реализују буџет на РТС већи од:

- 1.300.000 ЕУР – одобрава се 1% бонуса;
- 2.000.000 ЕУР – одобрава се 2% бонуса;
- 3.000.000 ЕУР – одобрава се 3% бонуса;
- 4.500.000 ЕУР – одобрава се 4% бонуса;
- 6.000.000 ЕУР – одобрава се 5% бонуса;
- 7.500.000 ЕУР – одобрава се 6% бонуса;
- 9.000.000 ЕУР – одобрава се 7% бонуса;
- 11.000.000 ЕУР – одобрава се 8% бонуса.
- 12.000.000 ЕУР – одобрава се 9% бонуса.

Бонус се одобрава по састављању годишњег обрачуна, а изузетно може и по обрачуну за шест месеци уколико је агенција остварила више од половине предвиђеног годишњег буџета за одговарајући бонус.

ПОСЕБНИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

1. РТС задржава право да цене и услове уговарања и плаћања и емитовања ЕПП за поједине емисије, програме и форме (премијере, ексклузивни спортски преноси и програми од општег интереса дефинисани Законом о радиодифузији) утврди посебним одлукама и-уговорима.
2. Услови уговарања и плаћања са појединим клијентима у оквиру бартер аранжмана биће дефинисани посебним одлукама и уговорима.
3. Услови уговарања и плаћања у случају посебних облика финансирања, а на основу пословних потреба РТС-а, биће дефинисани посебним одлукама и уговорима.

ОПШТИ УСЛОВИ ПРУЖАЊА МАРКЕТИНШКИХ УСЛУГА

А) УГОВОР

Садржај свих маркетиншких уговора представља пословну тајну, као и сви подаци које су уговорне стране размениле пре и током склапања уговора, те се подаци не смеју износити, осим према законској обавези.

Б) УСЛОВИ ПЛАЋАЊА

1. Накнада за услуге реклама плаћа се у року од 15 дана од испостављања фактуре, односно у року предвиђеном уговором, а на основу реализованог налога за емитовање. За месечне налоге по основу годишњег уговора фактура се издаје у року од 10 дана по истеку текућег месеца.
2. За плаћање унапред пре почетка емитовања (аванс) одобрава се попуст на укупну унапред плаћену вредност услуге по следећој скали:

Износ	Попуст
Преко 10 мил. дин.	3 %
Преко 20 мил. дин.	5 %
Преко 40 мил. дин.	7 %
Преко 60 мил. дин.	10 %

Зависно од износа уплате унапред и временског периода за који се уплата врши, Генерални директор РТС може, на предлог Директора маркетинга РТС, одобрити и већи попуст. Аванс се мора искористити током уговорног периода.

3. У случају битних промена на тржишту новца, РТС задржава право промена цена.
4. Наручилац је обавезан да на захтев РТС изда инструменте обезбеђења плаћања.
5. У случају закашњења у плаћању обрачунава се законска затезна камата.
6. У случају промене цена наручилац плаћа по новом Ценовнику, с тим што ће РТС по старим ценама реализовати медиа планове достављене најкасније три дана пре промене Ценовника, уз услов да се они не могу односити на период дужи од 30 дана од дана достављања. У случају плаћања унапред, примењују се цене из Ценовника који је важио на дан плаћања (осим за цене одређене одлукама) до искоришћења унапред уплаћеног износа. Клијент који је авансно платио има право опције Ценовника.



7. Рок за приговор (рекламацију) на испостављену фактуру је осам дана од датума пријема фактуре. Рок за приговор за извршену услугу је 15 дана од дана емитовања и изван тог рока РТС неће разматрати приговоре.
8. На фактурисану реализацију обрачунава се ПДВ.

В) ОСТАЛИ УСЛОВИ

1. РТС задржава право измене програмске шеме.
2. РТС под једнаким условима гарантује равноправни статус свих оглашивача.
3. Време емитовања реклама се одређује према термину почетка емисије.
4. Шема ТВ програма је основа за утврђивање диспозиција.
5. РТС није у обавези да емитује рекламне материјале наручиоца у случајевима:
 - Ако не одговарају програмским и техничким стандардима или је емитовање супротно законским прописима,
 - Ако се у термину предвиђеном за емитовање приказује друга емисија од јавног значаја или ако емитовање није могуће због више силе,
 - Ако се наручилац не придржава уговорних одредби или овог Ценовника,
 - Ако рекламни материјал није достављен најмање 48 сати пре емитовања,
 - Ако није достављена пратећа документација (декларација) како то прописује Закон о оглашавању.
6. У случају спора надлежан је суд у Београду и закони Републике Србије.
7. Општи услови из овог Ценовника саставни су део уговора о оглашавању.
8. За уговорене годишње аранжмане РТС и оглашивач најкасније до 31.01.2012. године сачињавају годишњи обрачун.

Овај Ценовник ступа на снагу 1. фебруара 2011. године.

ДИРЕКТОР МАРКЕТИНГА РТС


Жарко Палија

ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР РДУ РТС


IV Александар Тијанић