



**ЦЕНОВНИК**  
**ЦПП АРАНЖМАНА**

**2011. година**



## ОПШТИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

### 1. ЦПП УГОВОРИ

- 1.1. Основни критеријум за одређивање ЦПП је пројектовани буџет клијента за 2011. годину, као и ниво испуњења буџета у 2010. години.
- 1.2. ЦПП представља нето цену једног рејтинг поена, а податке о рејтинзима даје Компанија АГБ Ниелсен која се бави овим истраживањима.

### 2. АГЕНЦИЈСКИ ПОПУСТ

- 2.1. Основни агенцијски попуст износи 10%.
- 2.2. 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.
- 2.3. 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 унапред дефинисаних 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 унапред дефинисана 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 унапред дефинисана клијента.

Динамика уплате аванса:

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

- 2.4. Агенцијски попуст се одобрава после примене количинског попушта.
- 2.5. Агенција обавља целокупно медиа планирање за клијенте-оглашиваче, а на основу и узимајући у обзир целокупну рекламну понуду Маркетинга РТС.



2.6. 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 медија кућа остварила више од половине предвиђеног годишњег буџета за одговарајући бонус.

### 3. ОСНОВНЕ ЦЕНЕ

	PTC 1	PTC 1	PTC 2
	prime time	out of prime time	
30" CPP, All 4+	300	200	135
30" CPP, All 20-50	420	260	175
30" CPP, All 15-45	470	300	200
30" CPP, F 18-50	420	260	180
30" CPP, M 18-50	440	285	175

- Prime time – временски интервал 17.00-23.00 сати;
- Цене су у еврима; обрачун у динарској противвредности по средњем курсу НБС на дан фактурисања;

### 4. КОРЕКЦИЈА ЦЕНА

4.1. За наручено емитовање ТВ спота у позицији први или последњи у блоку, цена се увећава за 20%.

4.2. За ексклузивност у рекламном блоку у односу на конкурентски средње 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.

4.3. У случају истовременог представљања више оглашивача, производа и услуга у оквиру једног спота, цена емитовања се увећава за 20% на основне цене из Ценовника.



**ТАБЕЛА 1**  
**Количински попуст**

<b>НЕТО БУЏЕТ У ЕВРИМА</b>	<b>ПОПУСТ</b>
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.

## **5. УСЛОВИ КОРИШЋЕЊА КОЛИЧИНСКОГ ПОПУСТА**

5.1. 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 и исказује се у месечним фактурама.

5.2. Уколико оглашивач не реализује уговорени износ по основу којег је користио попуст из овог Ценовника, односно уговора по свакој појединачној наруџбини, РТС ће га на крају уговорног периода, посебно задужити у износу више коришћеног попуста, са роком плаћања одмах по пријему задужења.

5.3. 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, изврши ревизију уговора са буџетом према стварној потрошњи у претходном кварталу са ретроактивном корекцијом ЦПП-а. За случај повећања буџета, оглашивач нема право на ретроактивно смањење ЦПП-а.



## 6. СПЕЦИЈАЛНИ ПОПУСТИ

6.1. За клијенте који се обавезу на потрошњу на RTC 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.

**ТАБЕЛА 2**

Дужина спота	Коефицијент
До 10"	0.5
11"-15"	0.7
16"-20"	0.8
21"-25"	0.9
26"-30"	1
31"-35"	1.15
36"-40"	1.35
41"-45"	1.70
46"-50"	2
Преко 50"	2.5

У зависности од дужине спота, ЦПП ће се кориговати према Табели 2.

Линеарни обрачун за дужину спота може се применити само за клијенте чији је нето буџет већи од 500.000 ЕУР.

### ПОСЕБНИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

1. RTC задржава право да цене и услове уговарања и плаћања и емитовања ЕПП за поједине емисије, програме и форме (премијере, ексклузивни спортски преноси и програми 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 RTC-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 ПЛАЊАЊА

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 %

3. У случају када оглашивач не подмири дуговања за емитовање реклама, RTC може одбити нове наруџбине за емитовање.
4. У случају битних промена на тржишту новца, RTC задржава право промена цена.
5. Наручилац је обавезан да на захтев RTC изда инструменте обезбеђења плаћања.
6. У случају закашњења у плаћању обрачунава се законска затезна камата.
7. У случају промене цена наручилац плаћа по новом Ценовнику, с тим што ће RTC 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.
8. Рок за приговор (рекламацију) на испостављену фактуру је 8 дана од датума пријема фактуре. Рок за приговор за извршену услугу је 15 дана од дана емитовања и изван тог рока RTC неће разматрати приговоре.
9. 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 01. фебруара 2011. године.

ДИРЕКТОР МАРКЕТИНГА РТС

  
Жарко Палија



ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР РДУ РТС

  
Александар Тијанић