Управни одбор

Јавна медијска установа Радио Телевизија Србије
- 1. 02. 2024
БЕОГРАД, Таковска 10
Број 1550

На основу члана 38. Статута Јавне медијске установе Радио-телевизија Србије, а на предлог генералног директора, Управни одбор ЈМУ РТС-а је на својој 17. електронској седници одржаној дана 1.2.2024. године, донео

О Д Л У К У

I. Усваја се **ЦЕНОВНИК ЦПП АРАНЖМАНА**, у тексту који је саставни део ове Одлуке.

II. Одлука ступа на снагу даном доношења.

III. Одлука је коначна у РТС-у.

Образложење

Предлагач ове Одлуке, генерални директор ЈМУ РТС, у свом предлогу за доношење ове Одлуке, који чини њен саставни део, изјавио је да је она у складу са важећим прописима, као и са општим и појединачним актима РТС-а, и да ПЈ Маркетинг и Правна служба немају примедби, што својим потписом на предлогу потврђује.

Одлуку доставити: Генералном директору, Дирекцији РТС, ПЈ Маркетинг, генералном секретару РТС и Писарници РТС.

ПРЕДСЕДНИК
УПРАВНОГ ОДБОРА РТС-а
Бранислав Кланшчек

Радио Телевизија Србије * Јавна медијска установа * БЕОГРАД

Јавна медијска установа Радио Телевизија Србије
БЕОГРАД, Таковска 10
- 1. 02. 2024
Број 1017

ЦЕНОВНИК

ЦПП АРАНЖМАНА

Фебруар
2024. године

ОПШТИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

1. ЦПП АРАНЖМАНИ

1.1. Основни критеријум за одређивање ЦПП је пројектовани буџет клијента за 2024. годину.
1.2. ЦПП представља нето цену једног рејтинг поена, а податке о рејтинзима даје Компанија *Nielsen Audience Measurement doo* која се бави овим истраживањима.
1.3. Основне цене:

Total 4+	РТС 1	РТС 1	РТС 2
	Prime Time	Off Prime Time	
30" CPP	170	100	75

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

2. КОРЕКЦИЈА ЦЕНА

2.1. За наручено емитовање ТВ спота на позицији први или последњи у рекламном блоку цена се увећава за 20%, а на позицији други или претпоследњи у рекламном блоку цена се увећава за 10%.
2.2. У случају да је за конкретан спот остварен рејтинг мањи или једнак 0,03, у обрачуну ће се примењивати коефицијент од 0,03.
2.3. У случају истовременог представљања више оглашивача, производа и услуга у оквиру једног спота, цена емитовања се увећава за 20% на основне цене из Ценовника.
2.4. За оглашиваче чији је годишњи нето буџет већи од 500.000 ЕУР, могуће је договорити и одређени проценат посебног позиционирања без накнаде, уколико су тражене позиције слободне.
2.5. Пласирање производа и услуга, као посебан облик оглашавања, биће дефинисани посебним понудама и/или одлукама, које сачињава РТС.
2.6. У функцији уравнотежења понуде и потражње рекламног простора на својим каналима, РТС ће током године уводити програмске коефицијенте/посебне одлуке, о чему ће благовремено, а најкасније 7 дана пре примене истих обавестити оглашиваче и агенције, осим за значајне спортске догађаје за које је РТС као јавни медијски сервис стекао права емитовања у року краћем од 7 дана. У том случају РТС задржава право да до 24 сата пре догађаја уведе програмски коефицијент/посебну одлуку.

3. СКАЛА ПОПУСТА ЗА ОГЛАШИВАЧЕ

3.1. КОЛИЧИНСКИ ПОПУСТ

ТАБЕЛА 1

НЕТО БУЏЕТ У ЕВРИМА	ПОПУСТ
20.000	9%
50.000	11%
100.000	12%
150.000	14%
200.000	16%
250.000	18%
300.000	20%
350.000	22%
400.000	24%
450.000	26%
500.000	28%
550.000	29%

600.000	30%
650.000	31%
700.000	32%
800.000	33%
900.000	34%
Преко 1.000.000	Посебно се уговара

3.2. ПОПУСТ ПО ОСНОВУ ВИШЕГОДИШЊЕ РЕАЛИЗАЦИЈЕ НЕТО БУЏЕТА

НЕТО БУЏЕТ У ЕВРИМА	1. ГОДИНА	2. ГОДИНА	3. ГОДИНА	4. ГОДИНА	5. ГОДИНА
Преко 100.000	1%	2%	3%	4%	5%
Преко 200.000	5%	6%	7%	8%	9%
Преко 300.000	6%	7%	8%	9%	10%
Преко 400.000	7%	8%	9%	10%	11%
Преко 500.000	8%	9%	10%	11%	12%
Преко 800.000	11%	12%	13%	14%	15%

3.3. Генерални директор РТС-а може одобрити и додатни попуст за оглашиваче у следећим случајевима:

а) за буџете веће од 300.000 ЕУР;

б) по основу удела годишњег буџета оглашивача на РТС, у односу на остале националне станице;

в) по основу потрошње на свим РТС медијима.

4. УСЛОВИ КОРИШЋЕЊА ПОПУСТА

4.1. Попусти се одобравају оглашивачима на основу годишњег буџета који је оглашивач директно или преко агенције потврдио званично, писаним путем, а према припадајућем попусту за вредност реклама према важећем Ценовнику и исказује се у месечним фактурама.

4.2. РТС и агенција/оглашивач ће у току и/или на крају годишњег периода реализације анализирати потрошњу рекламног буџета и, ако утврде битна одступања у правцу смањења буџета, РТС ће послати писано обавештење оглашивачима/агенцијама са позивом да доставе разлоге за утврђена одступања.

4.3. У току и/или на крају годишњег периода, односно примене овог Ценовника, на основу РТС фактурисане реализације и одредби из претходног става, РТС ће, према ревидираним условима и/или посебној одлуци, агенцији /оглашивачу испоставити књижно задужење или књижно одобрење за неизвршење или пребачај потврђеног буџета.

4.4. Оглашивач остварује право на попуст предвиђен ценовним одредбама на основу збирног буџета, тј. без обзира преко колико агенција и/или директно је, током године, куповао огласни простор на РТС.

ТАБЕЛА 2

КОЕФИЦИЈЕНТИ ЗА ДУЖИНУ СПОТОВА

ДУЖИНА СПОТА	КОЕФИЦИЈЕНТ
5“	0.2
6“-8“	0.3
9-11“	0.4
12-14“	0.5
15-17“	0.6
18-20“	0.7
21-23“	0.8
24-26“	0.9
27-30“	1
31-34“	1.2

35-37“	1.4
38-40“	1.6
41-43“	1.9
44-46“	2.1
47-49“	2.3
Преко 49“	2.5

Коефицијенти се примењују за све нивое буџета.

4.5. СЕЗОНСКИ КОЕФИЦИЈЕНТИ – РТС 1 И РТС 2

ТАБЕЛА 3

2024. год.					**2025. год.**
Мај, Јун	Јул, Август	Октобар	Новембар	Децембар	Јануар
1,1	0,9	1,1	1,2	1,3	0,9

Сезонски коефицијенти се не односе на:

- термине емитовања за које важе специјални попусти,
- пакете емитовања,
- спонзорске пакете и брендиране рекламне шпице.

5. АГЕНЦИЈСКИ ПОПУСТИ

5.1. Агенција мора бити регистрована за обављање делатности рекламе и пропаганде.

5.2. Агенцијски попуст износи 10% за укупан годишњи буџет већи од 300.000 ЕУР.

5.3. Попуст из претходне тачке не односи се на спонзорства и пакете емитовања великих спортских или других догађаја чија је вредност већа од 100.000 ЕУР, где агенцијски попуст износи 7%, а за вредност преко 200.000 ЕУР – 5%.

5.4. Агенцијски попуст се одобрава после примене свих попуста који припадају оглашивачу.

5.5. У случају да агенција или оглашивач немају годишњи уговор са РТС-ом него емитовања обављају на основу наруџбенице/налога за емитовање, попуст се може одобрити у складу са овим Ценовником у току пословне године, узимајући у обзир обим наручених и реализованог емитовања.

5.6. Агенција обавља целокупно медија планирање за клијенте-оглашиваче, а на основу и узимајући у обзир целокупну рекламну понуду Маркетинга РТС.

5.7. За медија куће које од 01.01.2024.-31.12.2024. године реализују нето буџет на РТС већи од:

1.000.000 ЕУР	- одобрава се 2% бонуса	5.500.000 ЕУР	- одобрава се 6% бонуса
2.000.000 ЕУР	- одобрава се 3% бонуса	6.000.000 ЕУР	- одобрава се 6,5% бонуса
3.000.000 ЕУР	- одобрава се 3,5% бонуса	6.500.000 ЕУР	- одобрава се 7% бонуса
4.000.000 ЕУР	- одобрава се 4% бонуса	7.000.000 ЕУР	- одобрава се 7,5% бонуса
4.500.000 ЕУР	- одобрава се 5% бонуса	7.500.000 ЕУР	- одобрава се 8% бонуса
5.000.000 ЕУР	- одобрава се 5,5% бонуса	8.000.000 ЕУР	- одобрава се 9% бонуса

Бонус се одобрава по састављању годишњег обрачуна, а изузетно може и по кварталном или шестомесечном обрачуну, уколико је медија кућа остварила сразмерни део укупног буџета у посматраном временском периоду и у тренутку обрачуна припадајућег бонуса нема доспелих дуговања према РТС-у.

ПОСЕБНИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

1. РТС задржава право да цене емитовања ЕПП за поједине емисије, програме и форме (премијере, ексклузивне спортске преносе и програме од општег интереса дефинисане законима који се односе на Јавни сервис) утврди посебним одлукама и/или понудама.
2. За спонзорства појединих програма и емисија (целе емисије, сценографске ознаке, најаве водитеља, пакет-понуде, програмске репортаже и др.), цене се посебно одређују, на основу понуде коју сачињава РТС.

ОПШТИ УСЛОВИ ПРУЖАЊА МАРКЕТИНШКИХ УСЛУГА

А) УСЛОВИ ПЛАЋАЊА

1. Накнада за извршене услуге емитовања реклама плаћа се у року од максимум 45 дана од испостављања фактуре, а на основу реализованог налога за емитовање. За реализоване месечне налоге, фактура се издаје у року од 10 дана по истеку текућег месеца, односно у року предвиђеном Законом о ПДВ.
2. За плаћање у року до 25. у наредном месецу у односу на месец за који се фактурише, одобрава се додатни попуст до 5% за оглашиваче чији је нето годишњи буџет већи од 400.000 ЕУР. У случају да се плаћање не изврши у датом року два пута у току годишњег периода, оглашивач губи право на наведени попуст током читавог наведеног периода.
3. У случају када оглашивач, односно агенција не подмири дуговања за емитовање реклама, РТС може одбити нове наруџбине за емитовање.
4. У случају битних промена на рекламном тржишту и/или тржишту новца, РТС задржава право промене цена.
5. Наручилац је обавезан да на захтев РТС изда инструменте обезбеђења плаћања.
6. У случају закашњења у плаћању РТС има право обрачуна законске затезне камате.
7. У случају промене цена наручилац плаћа по новом Ценовнику, с тим што ће РТС по старим ценама реализовати медија 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.
8. За годишње аранжмане РТС и оглашивач сачињавају коначан обрачун реализације за период 01.02.2024. до 31.01.2025. године.
9. Рок за приговор (рекламацију) на испостављену фактуру је 8 дана од датума пријема фактуре. Рок за приговор за извршену услугу је 7 дана од дана емитовања и изван тог рока РТС неће разматрати приговоре.
10. На фактурисану реализацију обрачунава се ПДВ.
11. Обрачун и плаћање за домаћа правна лица ће се вршити у динарској противвредности по средњем курсу НБС, а све у складу са Законом о ПДВ.

Б) ОСТАЛИ УСЛОВИ

1. РТС задржава право измене програмске шеме.
2. Статус свих оглашивача је равноправан под једнаким условима који су утврђени овим Ценовником.
3. Агенције су у обавези да, пре започињања достављања наруџбеница/налога за емитовање, у писаној форми доставе листу оглашивача агенције, као и других маркетиншких агенција које купују огласни простор преко агенције-носиоца пула.
4. Цена емитовања реклама се одређује према тачном времену емитовања спота, осим за емисије за које је дефинисана цена (ценовником или посебном одлуком), без обзира на померање термина емитовања.
5. Шема ТВ програма је основа за утврђивање диспозиција рекламних блокова.

6. Дужина рекламних спотова утврђује се искључиво у монтажи Маркетинга РТС, Хиландарска 11, и о стварној дужини наручилац се обавештава у писаној форми. Трајање (секундажа) достављених реклама обрачунава се по принципу започете секунде.
7. Спот не може бити краћи од 5 секунди.
8. РТС није у обавези да емитује рекламне материјале наручиоца у случајевима:
   - Уколико не одговарају програмским и техничким стандардима или уколико је емитовање супротно законским прописима,
   - Уколико се у термину предвиђеном за емитовање приказује друга емисија од јавног значаја или ако емитовање није могуће због више силе,
   - Уколико се наручилац не придржава услова дефинисаних Ценовником, Закона о оглашавању, Закона о облигационим односима, Закона о електронским медијима и других позитивно правних прописа који регулишу ову материју,
   - Уколико рекламни материјал није достављен најмање 48 сати пре емитовања,
   - Уколико није достављена пратећа документација (декларација) како то прописује Закон о оглашавању.
9. РТС се не може сматрати одговорним за садржај и продукцију достављених огласних порука, а у случају захтева трећих лица оглашивач је у обавези да исте реши и надокнади евентуалну штету РТС-у.
10. Општи услови из овог Ценовника саставни су део сваке појединачне понуде и/или уговора о оглашавању.
11. Све информације или документи који настану пре и/или током наруџбина и реализације рекламних буџета оглашивача, а посебно ценовни услови (цене), представљају изложеност тржишнм приликама и моделима пословања и сматраће се информацијама/документом за који је службеним актом и законским прописима одређено да представљају пословну тајну.
12. РТС, као установа јавног сектора, је у обавези да примењује Закон о слободном приступу информацијама од јавног значаја Републике Србије.
    РТС ће настојати да сачува поверљивост докумената из тачке 11. у случајевима захтева за приступ информацијама од јавног значаја које се односе на исте и одбиће такве захтеве.
    У случају да такви захтеви буду потврђени решењима Повереника за информације од јавног значаја и заштиту података о личности, или у случају решења других државних органа и регулаторних тела, РТС је у обавези да по њима поступи.
13. У случају спора надлежан је суд у Београду и закони Републике Србије.

Ценовник се примењује почев од 01.02.2024. године.

Радио Телевизија Србије Јавна медијска установа РТС БЕОГРАД

ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР РТС

Драган Бујошевић