



**PRVA SRPSKA TELEVIZIJA
CENOVNIK OGLAŠAVANJA 2019**

CILJNA GRUPA

ALL 18-50

DAY PART

PT (18-24)
OFF PT

CPP 30 SEC / EUR NET

156.00
140.40

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

DNEVNI MAGAZIN
SERIJA U 16:00
SERIJA U 17:00
EXPLOZIV, EKLUZIV
PRAKTIČNA ŽENA
VESTI
PROGRAM U 19:00
PROGRAM U 20:00
PROGRAM U 21:00
PROGRAM U 22:00
DOMAĆE SERIJE
DOMAĆE SERIJE ŽIGOSANI U REKETU, UBICE MOG OCA
DOŠLJE/NA MESTU ZLOČINA SA MASAŃOM LEKICEM
ŽIVOT PRIČA
EMISIJE GRAND PRODUKCIJE
SPORTSKI DOGAĐAJI

KOEFICIJENT

1.10
1.10
1.10
1.30
1.50
1.50
1.50
1.50
1.50
1.50
1.50
1.50
1.80
1.50
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

30.000 - 70.000
70.000 - 150.000
150.000 - 250.000
250.000 - 350.000
350.000 - 450.000
450.000 - 550.000
550.000 - 650.000
650.000 - 750.000
750.000 - 850.000
850.000 - 1.000.000

3%
5%
7%
9%
11%
13%
16%
19%
22%
25%

NAPOMENA

Sve cene su izražene u NETO iznosu. Na prikazane cene se obračunava PDV
 Količinski popust se primenjuje na NETO budžete oglašivača
 Ukoliko oglašivač ne realizuje ugovoreni budžet na osnovu kojeg je odobren količinski popust, PRVA TV će prema posebnoj odluci zadužiti oglašivača za neispunjenje ugovornih obaveza
 Uslovi oglašavanja za godišnji budžet preko 1.000.000 EUR definišu se direktnim pregovorima sa sektorom prodaje PRVA TV
 PRVA 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 podležu uvećanju cene za 20% za svaku reklamnu marku koja je deo iste oglasne poruke
 Ukoliko oglašivač emitovanjem oglasne poruke realizuje rejting 0 u reklamnom bloku, PRVA TV će prilikom obračuna primeniti rejting 0.02
 Sponzorstva emisija podležu posebnom cenovnom tretmanu i ugovaraju se nezavisno od zvaničnog cenovnika

Sektor prodaje
 PRVA TV
 Autoput 22, Beograd
 prodaja@prva.rs

Cenovnik važi od januara 2019. godine

PRVA TV – OPŠTI USLOVI OGLAŠAVANJA U 2019. 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 18-50. 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 **PRVOJ TV**.

SPONZORSTVO – nestandardan/poseban vid oglašavanja.

NARUČIVANJE EMITOVANJA OGLASNIH PORUKA

Prilikom naručivanja emitovanja oglasnih poruka, **Oglašivač** je dužan da dostavi dispoziciju ovlašćenim predstavnicima sektora prodaje **PRVE TV** 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 **PRVE TV** 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, **PRVA TV** 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 **PRVOJ TV** dostavi reklamni spot obeležen crnim na početku i na kraju spota kako **PRVA TV** ne bi bila u dilemi koje je stvarno trajanje spota.

Arhiviranje spota se vrši u prostorijama **PRVE TV**, 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 **PRVE TV** dostavi uredno popunjenu i overenu deklaraciju (prema Zakonu o oglašavanju).

Materijal za emitovanje mora biti dostavljen **PRVOJ TV** na beti, disku ili web linkom, u sledećem formatu:

- .MXF, .MPG ili .AVI
- Video format: 720x576
- Aspekt slike: 16:9
- Audio: Stereo

PRVA TV će emitovati oglasne poruke koje su dostavljene u skladu sa standardima **PRVE TV**. 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 indexi:

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 **PRVE TV** u elektronskoj formi. Smatra se da je **PRVA TV** 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 **PRVA TV** prihvatila nalog samim emitovanjem oglasne poruke.

PRVA TV 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 **PRVE TV**.

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

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 **PRVE TV**. Izmena vremena emitovanja uz primenu drugačijeg cenovnog razreda, moguća je ukoliko u pisanom obliku nije dogovoreno drugačije.

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

Ukoliko **PRVA TV** 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, **PRVA TV** ima pravo da oglasne poruke emituje pre ili posle ugovorenih termina.

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

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

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

Oglašivač je dužan da pisanim putem obavesti **PRVA TV** 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 **PRVOJ TV** nadoknadi 50% od ugovorene vrednosti sponzorstva
- 14 dana pre početka emitovanja ili kraće, **Oglašivač** je dužan da **PRVOJ TV** nadoknadi 100% ugovorene vrednosti sponzorstva

Oglašivač je dužan da pisanim putem obavesti **PRVA TV** 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 **PRVOJ TV** nadoknadi 30% od ugovorene cene
- 29 do 15 dana pre početka emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **PRVOJ TV** nadoknadi 50% od ugovorene cene

- 14 do 7 dana pre početka emitovanja, **Oglašivač** je dužan da **PRVOJ TV** nadoknadi 70% od ugovorene cene
- 6 dana pre početka emitovanja i kraće, **Oglašivač** je dužan da **PRVOJ TV** nadoknadi 100% od ugovorene cene

CENE

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

Ciljna grupa **PRVA TV** je All 18-50.

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

PRVA TV zadržava pravo da uvede programske koeficijente za određene programe. **PRVA TV** 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 **PRVA TV** odobrila uslove oglašavanja, **PRVA TV** ima pravo da izda knjižno zaduženje u visini od 50% nerealizovanog budžeta konkretnog **Oglašivača**.

USLOVI PLAĆANJA

PRVA TV ispostavlja fakturu na osnovu izvršenih emitovanja oglasnih poruka **Oglašivača**. Kao dokaz da je **PRVA TV** 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 **PRVE TV**. Ukoliko **Oglašivač** zakasni prilikom izmirivanja novčanih obaveza, biće u obavezi da **PRVOJ TV** plati zakonsku zateznu kamatu za sve vreme kašnjenja.

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

SPONZORSTVA

PRVA TV 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 sponzorisanoj 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 **PRVOJ TV** dostavi elemente za izradu sponzorskih formi u odgovarajućem formatu. Konačan sadržaj sponzorske forme i vizuelni identitet odobrava **PRVA TV**.

PRVA TV 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 **PRVE TV**. Ukoliko **PRVA TV** iz bilo kog razloga odbije da emituje određene sponzorske forme **Oglašivač** nema pravo na naknadu štete ni na bilo kakvo drugo potraživanje od **PRVA TV**.

PRVA TV 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 **PRVA TV** oslobodi od svake odgovornosti za svu eventualno nastalu štetu ili gubitke, reklamacije i tužbe.

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

U slučaju da se protiv **PRVE TV** i/ili odgovornog lica **PRVE TV** 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.