



Управни одбор



На основу члана 38. Статута Јавне медијске установе Радио-телевизија Србије, а на предлог генералног директора, Управни одбор ЈМУ РТС-а је на својој 13. редовној седници одржаној дана 2.3.2023. године донео

О Д Л У К У

- I. Усваја се **ЦЕНОВНИК ЦПП АРАНЖМАНА за 2023. годину**, 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 Кланшћек



ЦЕНОВНИК

ЦПП АРАНЖМАНА



ОПШТИ УСЛОВИ УГОВАРАЊА

ЦПП АРАНЖМАНИ

- 1.1. Основни критеријум за одређивање ЦПП је пројектовани буџет клијента за 2023. годину, као и ниво испуњења буџета у 2022. години.
- 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+	PTC 1	PTC 1	PTC 2
	Prime Time	Off Prime Time	
30" CPP	170	100	70

- 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 0,02 за одговарајућу циљну групу по којој конкретан клијент купује рекламно време на РТС-у, у обрачуну ће се примењивати коефицијент од 0,02.
- 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 300.000 ЕУР, могуће је договорити и одређени проценат посебног позиционирања без накнаде, уколико су тражене позиције слободне.
- 2.5. Услови уговарања и плаћања пласирања производа биће дефинисани посебним понудама, одлукама и/или уговорима.
- 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	10%
50.000	12%
100.000	13%
150.000	15%
200.000	17%
250.000	19%
300.000	21%
350.000	23%
400.000	25%
450.000	27%
500.000	29%
Преко 600.000	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:

- за буџете веће од 300.000 ЕУР;
- по основу удела годишњег буџета оглашивача на РТС, у односу на остале националне станице;
- по основу потрошње на свим РТС медијима.

4. УСЛОВИ КОРИШЋЕЊА КОЛИЧИНСКОГ ПОПУСТА

- 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.
- РТС и агенција/оглашивач ће у току и/или на крају уговорног периода анализирати потрошњу рекламног буџета и, ако утврде битна одступања у правцу смањења уговореног буџета, РТС ће послати писано обавештење оглашивачима/агенцијама са позивом да доставе разлоге за утврђена одступања.
- У току и/или на крају уговорног периода, на основу РТС фактурисане реализације и одредби из претходног става Ценовника, РТС ће, према ревидираним условима или посебној одлуци, агенцији /оглашивачу испоставити књижно задужење или књижно одобрење за неизвршење или пребачај уговорених обавеза.
- Оглашивач остварује право на количински попуст на основу збирног буџета, тј. без обзира на то преко колико агенција и/или директно је, током године, закупљивао 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
27-31"	1
32-34"	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

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 300.000 ЕУР.

4.5. СЕЗОНСКИ КОЕФИЦИЈЕНТИ – РТС 1

ТАБЕЛА 3

2023. год.				2024. год.
Мај, Јун	Јул, Август	Октобар	Новембар, Децембар	Јануар
1,1	0,9	1,1	1,2	0,9

Сезонски коефицијенти се не односе на:

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

5. АГЕНЦИЈСКИ ПОПУСТ

- 5.1. Основни агенцијски попуст износи 10%, осим за спонзорства великих спортских или других догађаја чија је вредност већа од 100.000 ЕУР, где се агенцијски попуст одређује на 7%.
- 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;
 - Да је уговорен и реализован годишњи буџет од најмање 300.000 ЕУР.
- 5.3. Агенцијски попуст се одобрава после примене количинског попушта.
- 5.4. Агенција обавља целокупно медија планирање за клијенте-оглашиваче, а на основу и узимајући у обзир целокупну рекламну понуду Маркетинга РТС.
- 5.5. За медија куће које од 01.01.2023.-31.12.2023. године реализују нето буџет на РТС већи од:

1.000.000 ЕУР	- одобрава се 1% бонуса	5.500.000 ЕУР	- одобрава се 6,5% бонуса
2.000.000 ЕУР	- одобрава се 2% бонуса	6.000.000 ЕУР	- одобрава се 7,5% бонуса
3.000.000 ЕУР	- одобрава се 3% бонуса	6.500.000 ЕУР	- одобрава се 8% бонуса
4.000.000 ЕУР	- одобрава се 4% бонуса	7.000.000 ЕУР	- одобрава се 9% бонуса
4.500.000 ЕУР	- одобрава се 5% бонуса	7.500.000 ЕУР	- одобрава се 9,5% бонуса
5.000.000 ЕУР	- одобрава се 5,5% бонуса	8.000.000 ЕУР	- одобрава се 10% бонуса

Бонус се одобрава по састављању годишњег обрачуна, а изузетно може и по кварталном или шестомесечном обрачуна, 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 и услове уговарања и плаћања и 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 уговорима.
2. За спонзорства појединих програма и емисија (целе емисије, сценографске ознаке, најаве водитеља, пакет-понуде, програмске репортаже и разговоре и др.), цене се посебно одређују и уговарају.
3. Услови уговарања и плаћања између РТС-а и клијената/оглашивача у оквиру бартер аранжмана, као и за посебне пакет-понуде, биће дефинисани посебним одлукама и/или 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 садржај уговора и кореспонденција не сме обелоданити, осим ако за то постоји законска обавеза.

Б) УСЛОВИ ПЛАЋАЊА

1. Накнада за извршене услуге емитовања реклама плаћа се у року од 45 дана од испостављања фактуре, односно у року предвиђеном уговором и/или прихваћеном понудом, а на основу реализованог налога за емитовање. За месечне налоге по основу уговора, фактура се издаје у року од 10 дана по истеку текућег месеца.
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 уговорног периода, оглашивач губи право на наведени попуст током читавог уговорног периода.
3. У случају када оглашивач 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 достаљене 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 и право на опције Ценовника.
8. 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.
9. На фактурисану реализацију обрачунава се ПДВ.
10. 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.

В) ОСТАЛИ УСЛОВИ

1. РТС задржава право измене програмске шеме.
2. Статус свих оглашивача је равноправан под једнаким условима који су утврђени овим Ценовником.
3. Цена емитовања реклама се одређује према тачном времену емитовања спота, осим за емисије за које је дефинисана цена (посебне одлуке и др.) без обзира на померање термина емитовања.
4. Шема ТВ програма је основа за утврђивање диспозиција.
5. Дужина рекламних спотова утврђује се искључиво у просторијама РЕМ монтаже Маркетинга РТС, Хиландарска 11, и о стварној дужини наручилац се обавештава у писаној форми. Трајање (секундажа) достављених реклама обрачунава се по принципу започете секунде.
6. Спот не може бити краћи од 5 секунди.
7. 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 уговорних одредби или овог Ценовника,

- Уколико рекламни материјал није достављен најмање 48 сати пре емитовања,
 - Уколико није достављена пратећа документација (декларација) како то прописује Закон о оглашавању.
8. У случају спора надлежан је суд у Београду и закони Републике Србије.
 9. Општи услови из овог Ценовника саставни су део уговора о оглашавању.
 10. За уговорене годишње аранжмане РТС и оглашивач најкасније до 31.01.2024. године сачињавају годишњи обрачун.

Ценовник се примењује за пословну 2023. годину.

