

Na osnovu Člana 40. Statuta RT Budva, Savjet "RTB" d.o.o. na sjednici održanoj dana 22.03.2013. godine donio je

PRAVILNIK

SAVJET RADIO TELEVIZIJE BUDVA D.O.O.

Broj: 23
Budva, 22. 03. 2013. god.

O OGLAŠAVANJU, TELEŠOPINGU I SPONZORSTVU U PROGRAMIMA "RADIJA I TELEVIZIJE BUDVE" d.o.o.

OSNOVNE ODREDBE

Član 1.

Pravilnikom o oglašavanju, telešopingu i sponzorstvu u programima "Radija i Televizije Budve" d.o.o.(u daljem tekstu: Pravilnik), propisuju se standardi, uslovi i kvote za oglašavanje, telešoping i sponzorstvo u programima "RADIJA I TELEVIZIJE BUDVA" d.o.o., u skladu sa Zakonom o medijima, Zakonom o elektronskim medijima i drugim domaćim i međunarodnim dokumentima.

Član 2.

"RADIO TELEVIZIJA BUDVA" d.o.o. u pružanju usluga oglašavanja, telešopinga i sponzorstva u programima Radija Budve i Televizije Budve primjenjivaće se Pravilnik o audio-vizuelnim komercijalnim komunikacijama koji je donio Savjet Agencije za elektronske medije („Sl.list Crne Gore“ br.36/11).

Član 3.

Sastavni dio Pravilnika je Cjenovnik "RTB" d.o.o. za pružanje usluga oglašavanja telešopinga i sponzorstva u programima "RTB" d.o.o..

Član 4.

Sastavni dio Pravilnika je Obrazac o oglašavanju.

U skladu sa Pravilnikom o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama, Naručilac je dužan da elektronskom mediju, koji emituje oglas, uz oglas dostaviti i popunjen obrazac o oglašavanju.

OPŠTI USLOVI UGOVARANJA

1. USLOVI NARUČIVANJA, UGOVARANJA I PLAĆANJA

- 1.1. Narudžbe za emitovanje reklamnog materijala dostavljaju se na zahtjevu (dispoziciji) koji sadrži: naziv naručioca, naziv proizvoda, naziv i trajanje spota, dan, datum i vrijeme emitovanja i naziv programa u okviru kojeg se promotivna poruka emituje. Narudžbe za emitovanje se primaju najkasnije 24 sata (radnim danima) prije emitovanja;
- 1.2. Naknada za marketinške usluge plaća se u roku predviđenom zakonom, od dana ispostavljanja fakture.
- 1.3. Ukoliko naručilac odustane od sklopljenog ugovora, dužan je "RTB" d.o.o. nadoknaditi štetu;
- 1.4. Rok za prigovor na ispostavljenu fakturu je 10 dana od dana prijema iste;
- 1.5. Programska šema "RTB" d.o.o. je osnova za utvrđivanje dispozicije.
"RTB" d.o.o. zadržava pravo da, ukoliko to programski ili tehnički razlozi zahtijevaju, emituje reklamni materijal van dogovorenih termina, o čemu je obavezna obavijestiti klijenta;
- 1.6. Naručilac je obavezan da na zahtjev "RTB" d.o.o. izda instrumente obezbjeđenja plaćanja;
- 1.7. Vrijeme emitovanja reklame određuje se prema terminu početka emisije;
- 1.8. "RTB" d.o.o. nije u obavezi da emituje reklamne materijale ukoliko ne odgovaraju programskim i tehničkim standardima ili je emitovanje suprotno zakonskim propisima, kao i ako se naručilac na pridržava odredbi ugovora;
- 1.9. Opšti uslovi iz ovog Pravilnika sastavni su dio ugovora o oglašavanju;
- 1.10. Za avansno plaćanje odobrava se popust na ukupnu, unaprijed plaćenu vrijednost usluge. Popust na avansnu uplatu može da bude od 1,5% - 3 % u zavisnosti od iznosa uplate i vremenskog perioda na koji se uplata vrši;

Popusti za avansne uplate

Od 5.000-10.000 € 1,5 %

Od 10.000-15.000 € 2 %

Od 15.000-20.000 € 2,5 %

Od 20.000-25.000 € 3 %

- 1.11. U slučaju kada oglašivač ne izmiri prethodna dugovanja, "RTB" d.o.o. može oboriti naloge za emitovanja.

2. KOREKCIJE CIJENA

- 2.1. Za premium pozicije (prvi i poslednji u bloku) cijena se uvećava za 15 % ;
- 2.2. Za ekskluzivnost u reklamnom bloku u odnosu na konkurentske proizvode i usluge, cijena se uvećava za 100 % .Ekskluzivnost ne podrazumijeva i izbor pozicije;
- 2.3. Break bumper, kao i solo sječa gdje je moguće, obračunavaju se + 50 % dodatnih na cijenu sekunde u odredjenom terminu;
- 2.4. Logotip, insertacija, krol, animirana insertacija tretiraju se kao sječa i obračunavaju se po cijeni sekunde u odredjenom terminu;
- 2.5. Za specijalne ponude koje se odnose na PR (gostovanja, prilozi, najave, prezentacije) formiraju se posebne ponude u zavisnosti od vrste i termina emisija;
- 2.6. Cijene oglašavanja za sportske događaje se utvrđuju posebnim cjenovnikom.
- 2.7. Cijene oglašavanja za festivale i značajne manifestacije mogu se utvrđivati posebnim cjenovnikom, ili kroz oblike sponzorskih ponuda;
- 2.8. Cijene oglašavanja na web sajtu "RTB" d.o.o. se utvrđuju posebnim cjenovnikom.
- 2.9. Forma sponzorstava se primjenjuje i kada je riječ o posebnim sadržajima koji se odnose na produkcijski program "RTB" d.o.o. , filmski, serijski;
- 3.0. Za sponzorstva emisija i programskih blokova, Marketing "RTB" d.o.o. sačinjava poseban Ugovor o sponzorisaniu programa sa precizno definisanim pravima i obavezama.
- 3.1. Sponzorisani programi ne mogu neposredno da oglašavaju prodaju, kupovinu ili iznajmljivanje proizvoda i usluga sponzora ili trećeg lica, naročito posebnim upućivanjima na te proizvode i usluge u tim programima.
- 3.2. U programima elektronskih medija zabranjeno je sponzorisanje "Polisa", "Vijesti" i programa o društveno-političkim aktuelnostima. Političke stranke, koalicije i druge političke organizacije ne mogu biti sponzori radio-difuznog programa.
- 3.3. Telešoping (kupovina od kuće , info-kupovina i sl.) je forma oglašavanja koja uključuje emitovanje direktne ponude prodaje proizvoda i usluga, koji se ne mogu naći u slobodnoj prodaji. Telešoping blokovi se moraju identifikovati slikom i zvukom na početku i kraju svakog bloka na način da gledaocu bude jasno da se radi o komercijalnom sadržaju. Programi posvećeni telešopingu moraju biti objavljeni u programskoj šemi. Promovisanje proizvoda i usluga putem telešoping sadržaja emituje se isključivo između programa. Telešoping sadržaji ne mogu bez prekidanja trajati kraće od 10 minuta, niti duže od 20 minuta i mogu se emitovati najviše 4 (četiri) puta dnevno.

- 3.4. Marketing "RTB" d.o.o. zadržava pravo da cijene emitovanja propagandnih poruka u pojedinim emisijama, programima i formama, utvrdi posebnim Odlukama;
- 3.5. U programima javnih radio-difuznih servisa vrijeme trajanja oglašavanja ne smije prelaziti 10% (6 minuta) po satu emitovanog programa.
- 3.6. Gratis emitovanja i popust može odobriti Izvršni direktor ili Šef marketinga "RTB" d.o.o..

3. POSEBNI POPUSTI

- 3.1. Pozorištima, muzejima, umjetničkim galerijama, izdavačima knjiga, organizatorima koncerata, kulturnih i sportskih događaja, domaćoj kinematografiji, filmskim distributerima, novinskim izdanjima, turističkim organizacijama i zajednicama, zdravstvenim i prosvjetnim institucijama i ustanovama, javnim i državnim institucijama za akcije od javnog interesa i za ekološke akcije, može se odobriti popust 50%, ukoliko je u skladu sa programsko marketinškim mogućnostima "RTB" d.o.o.
- 3.2. Za humanitarne akcije i druge akcije od državnog interesa mogu se odobriti besplatna emitovanja u skladu sa marketinškim mogućnostima "RTB" d.o.o. , a na osnovu odobrenja Izvršnog direktora "RTB" d.o.o.

4. AGENCIJE

- 4.1. Agencija mora biti registrovana za obavljanje marketinških djelatnosti;
- 4.2. Agencija stiče pravo na popust potpisivanjem ugovora;
Agencija ne može imati po pravilu marketinškog prostora više od 50% bez prethodne saglasnosti Savjeta.
- 4.3. Prilikom ugovaranja uslova Agencija može dobiti popust od 20 % do 30 % u zavisnosti od:
 - a) saradnje i prometa koji je ostvaren u prethodnoj godini
 - b) visine ugovorenog bužeta za 2013.godinu;
 - c) od ugovorenog paketa.
- 4.4. Agencija može dobiti popust na sponzorstva u visini do 30 % ;
- 4.5. Sa agencijom se mogu sklopiti ugovori i aneksi za određene klijente;
- 4.6. Agencija može dobiti određene bonuse koji se odnose na promet u tekućoj . godini, a koji imaju za cilj da podstaknu agenciju da uvećaju svoju potrošnju na

“RTB” d.o.o.. Skala bonusa raste proporcionalno potrošnji

Bonusi se odobravaju na kraju godine kada se usaglase IOS-i (izvod otvorenih stavki) i utvrdi potrošnja od strane Agencije, a isti se realizuje kroz knjižna odobrenja;

- 4.7. Agencija je dužna da “RTB” d.o.o. na vrijeme dostavlja marketinške dispozicije/naloge kao i da samostalno sprovodi media planiranje;
- 4.8. Ukoliko reklamni materijal koji je dostavljen od strane agencije ne odgovara programskom standardu “RTB” d.o.o., “RTB” d.o.o. nije u obavezi da isti emituje. “RTB” d.o.o. je dužna da u pismenoj formi obavjesti Agenciju oko nemogućnosti emitovanja spornog reklamnog spota;
- 4.9. Programska šema “RTB” d.o.o. je osnov za utvrđivanje dispozicije.

5. OSTALI USLOVI

- 5.1. “RTB” d.o.o. pod jednakim uslovima garantuje ravnopravan status svih oglašivača;
- 5.2. Sadržaj svih marketinških ugovora predstavlja poslovnu tajnu, kao i svi podaci koje su ugovorne strane razmjenile prilikom sklapanja ugovora. Ovo ne važi jedino u slučaju zakonske obaveze;
- 5.3. “RTB” d.o.o. nije dužna da emituje reklamni materijal naručioca u slučajevima:
 - a) ako materijal ne odgovara programskim i tehničkim standardima (tehnička; ispravnost, standard, format) i zakonskim propisima;
 - b) ako se u terminu predviđenom za emitovanje reklamnih poruka emituje ili prenosi neka druga emisija od javnog ili državnog interesa;
 - c) ako se naručilac ne pridržava ugovora koji je sklopio sa “RTB” d.o.o.;
 - d) ako naručilac, na zahtjev “RTB” d.o.o. nije dostavio dokaz da su uređena autorska druga prava;
 - e) ako sadržaj reklamne poruke nije u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima, opštim aktima ili usvojenom programskom usmjerenju “RTB” d.o.o.
- 5.4. “RTB” d.o.o. zadržava pravo na izmjenu programske šeme;
- 5.5. U slučaju spora, nadležan je Privredni sud u Podgorici.

6.SISTEM POSTUPKA U ZAKLJUČIVANJU MARKETINŠKIH POSLOVA

- 6.1. Prilikom ugovaranja marketinških poslova svi učesnici moraju se striktno pridržavati važećeg cjenovnika marketinških usluga.
- 6.2. Honorarni saradnici i radnici u Marketingu zadužuju se u računovodstvu sa blokom priznanica ,a sravnjivanja se obavljaju svakog ponedjeljka u računovodstvu.
- 6.3.Kod gotovinskih naplata novac se predaje blagajni najkasnije do 12 časova prvog narednog dana.
- 6.4. Svi učesnici u ugovaranju marketinških poslova moraju klijentu ispisati priznanicu na ugovoreni iznos, odnosno Ugovor za fakturisanje.
- 6.5. Priznanice i nalozi za snimanje i emitovanje moraju se pravilno popunjavati. U slučaju pogreške prilikom popunjavanja priznanica se ne smije cijepati već “stornirati” postupkom povlačenja dvije paralelne dijagonalne linije preko priznanice između kojih se ispisuje “storno”. Nakon toga se prelazi na popunjavanje narednog broja priznanice u bloku.
- 6.6.U slučaju ne pridržavanja radnji propisanih u predhodnom članu primijeniće se mjere i postupci materijalne-krivične odgovornosti.
- 6.7. Honorarni marketinški saradnici regulišu se posebnim Ugovorom.

Član 5.

Shodno Pravilniku o marketingu Cjenovnik će se mijenjati s promjenom programske šeme.

Član 6.

Ovaj Pravilnik stupa na snagu danom objavljivanja na web-sajtu “RTB”d.o.o..



PREDSJEDNIK SAVJETA
Miodrag Vučinić