

Pakietinė TV3, TV6 ir TV8 reklamos pardavimo pagal tikslines grupes sistema

Galioja nuo 2020 m. sausio 1 d.

1. Apibrėžimas

Pakietinis TV3, TV6 ir TV8 (toliau visos trys televizijos kartu vadinamos „KANALU“) reklamos pardavimo būdas pagal tikslines grupes yra toks, kai už ištransliuotą kliento reklamą atsiskaitoma remiantis šiuose TV kanaluose surinktų vidutinių 15 min. reitingų pasirinktoje tikslinėje grupėje suma (toliau vadinama „TRP“), įskaitant ir atidėtą žiūrėjimą, remiantis TNS LT TV-metų tyrimo duomenimis.

2. Tikslinės grupės

Klientas gali pirkti reklamą KANALE pagal vidutinius 15 min. reitingus 13-oje siūlomų tikslinių grupių:

- Vaikai nuo 4 iki 15 metų (toliau vadinama „A4-15“)¹
- Visi nuo 15 iki 40 metų (toliau vadinama „A15-40“)
- Visi nuo 15 iki 59 metų (toliau vadinama „A15-59“)
- Visi nuo 15 iki 59 metų su vidutinėmis ir aukštesnėmis pajamomis (toliau „A15-59inc 301eur+“)²
- Visi nuo 15 iki 59 metų gyvenantys miestuose (toliau „A15-59urban“)³
- Visi nuo 20 iki 50 metų (toliau vadinama „A20-50“)
- Visi nuo 30 iki 60 metų (toliau vadinama „A30-60“)
- Moterys nuo 15 iki 45 metų (toliau vadinama „W15-45“)
- Moterys nuo 15 iki 59 metų (toliau vadinama „W15-59“)
- Moterys nuo 20 iki 50 metų (toliau vadinama „W20-50“)
- Moterys nuo 30 iki 60 metų (toliau vadinama „W30-60“)
- Vyrai nuo 20 iki 50 metų (toliau vadinama „M20-50“)
- Vyrai nuo 30 iki 60 metų (toliau vadinama „M30-60“)

Pastaba 1: tikslinė grupė A4-15 gali būti perkama tik vaikiškų produktų ar paslaugų reklamai.

Pastaba 2: vidutinės ir aukštesnės pajamos suprantamos, kai vienam šeimos nariui per mėnesį tenka 301 ir daugiau eurų (remiantis TNS LT TV-metų tyrimu).

Pastaba 3: miestai suprantami kaip gyvenvietės, turinčios 30 000 ir daugiau gyventojų (remiantis TNS LT TV-metų tyrimu).

Klientas reklamos pirkimui gali rinktis kelias skirtingas tikslines grupes. Tačiau to paties produkto ar prekinio ženklo reklama gali būti perkama ne daugiau kaip pagal dvi skirtingas tikslines grupes. Sutarties laikotarpiu konkrečiam produktui ar prekiniam ženklui pasirinktos tikslinės grupės negali būti keičiamos kitomis tikslinėmis grupėmis. Jeigu užsakyme numatyta tikslinė grupė akivaizdžiai neatitinka reklamuojamo produkto / paslaugos vartotojų, užsakovas turi pakeisti tikslinę grupę į sutampančią su kampanijos tikslinės auditorijos daugumą. Šalia pasirinktų tikslinių grupių klientas gali pirkti reklamą pagal GRP.

3. Reklamos kampanijų planavimas

Reklamos kampanijų planavimą atlieka KANALAS, remdamasis kliento užsakyme nurodytais pagrindiniais reklamos kampanijos kriterijais:

- reklamos kampanijos pavadinimas
- produkto ar prekės ženklo pavadinimas
- tikslinė grupė
- kampanijos laikotarpis
- klipo trukmė
- reikiamas TRP kiekis

UAB All Media Lithuania
Kalvarijų g. 135
LT-08221 Vilnius

į.k. 121393020
Swedbank AB, banko kodas 73000
LT677300010118908240

tel. +370 5 2030101
faks. +370 5 203 0103
el.p. biuras@tv3.lt

- kampanijos net vertė eurai (po visų nuolaidų ir indeksų pritaikymo).

KANALAS garantuoja užsakyto reklamos kampanijos TRP kiekio surinkimą per nurodytą kampanijos laikotarpį. Konkretus klipų kiekis ar klipų transliavimas konkrečiose laidose nėra garantuojamas.

Trumpiausias galimas reklamos kampanijos laikotarpis yra 7 kalendorinės dienos.

KANALAS garantuoja TRP pasiskirstymą reklamos kampanijos laikotarpiu tarp TV3, TV6 ir TV8 kanalų ir tarp laiko zonų kiekviename kanale taip, kaip numatyta TRP įkainių lentelėse.

Be pagrindinių reklamos kampanijos kriterijų klientas gali nurodyti papildomus kriterijus, į kuriuos KANALAS gali atsižvelgti planuodamas reklamos kampaniją:

- dalį TRP kiekio, kuris turi būti surinktas konkrečioje išskirtinėje pozicijoje reklamos bloke (pirma, antra, priešpaskutinė ar paskutinė)
- reklamos kampanijos TRP pasiskirstymą savaitėmis.

Jeigu užsakomos kelios kampanijos, tarp kurių yra ne daugiau kaip 3 dienų skirtumas, ir kuriose transliuojama ta pati reklamos medžiaga, šios kampanijos traktuojamos kaip viena ištinė kampanija.

Užsakymai ar kampanijų korekcijos turi būti atsiųsti ne vėliau kaip 3 darbo dienos iki kampanijos/pakeitimo pradžios.

4. TRP įkainiai

Kiekvienos tikslinės grupės TRP įkainį (toliau CPP) nusakantys **būtinai ir neatsiejami** parametrai yra tikslinės grupės apibrėžimas, TRP pasiskirstymas tarp kanalų ir TRP pasiskirstymas tarp laiko zonų kiekviename kanale. Nurodytas konkrečios tikslinės grupės CPP yra taikomas visose laiko zonose visuose kanaluose.

1 lentelė. TRP įkainių TV3, TV6 ir TV8 lentelė (įkainiai nurodyti be PVM).

Tikslinės grupės	TRP pasiskirstymas tarp kanalų *		TRP dalis geriausioje laiko zonoje		TRP 1 sek. įkainis EUR
	TV3	TV6 + TV8	TV3	TV6 ir TV8	TV3 + TV6 + TV8
A4-15	85%	15%	0%	20%	2,20
A15-40	75%	25%	55%	60%	11,45
A15-59	72%	28%	60%	55%	10,00
A15-59inc 301eur+	73%	27%	65%	65%	12,90
A15-59urban	72%	28%	60%	65%	12,80
A20-50	73%	27%	60%	60%	9,50
A30-60	72%	28%	65%	65%	9,10
W15-45	78%	22%	55%	55%	10,30
W15-59	74%	26%	55%	60%	9,30
W20-50	75%	25%	60%	60%	8,60
W30-60	73%	27%	65%	65%	8,70
M20-50	72%	28%	65%	60%	12,40
M30-60	75%	25%	65%	65%	10,90

* Pasikeitus kurio nors kanalo vidutinei 2 mėnesių auditorijos daliai bendros TV3, TV6 ir TV8 kanalų auditorijos dalies atžvilgiu (už tą patį periodą) daugiau nei 15%, KANALAS turi teisę peržiūrėti TRP pasiskirstymo tarp kanalų proporcijas.

Laiko zonų ribos yra nurodomos konkrečios mėnesio programų tinklelyje.

5. Kainos indeksai

5.1 Reklamos klipams, kuriuose pasirodo **trečiųjų šalių reklama** (išskyrus logotipą ar žodinį įvardijimą iki 3 s trukmės), taikomas 1,3 kainos indeksas. Trečiųjų šalių reklama klipe negali užimti daugiau nei 40% klipo trukmės. Trečiųjų šalių reklamoje negalima naudoti trečiųjų šalių įvaizdinės medžiagos, išskyrus atvejus, kai prekės ženklas yra tik įvardijamas ar parodomas statinis logotipas. Apie trečiųjų šalių buvimą reklamos klipe turi būti nurodoma pateikiamame užsakyme ir pateikiamos video medžiagos pavadinime.

5.2 Indeksai, taikomi konkrečioms transliacijoms užsakant išskirtines reklamos klipo pozicijas reklamos bloke:

- **pirma** pozicija bloke – 1,4;
- **antra** arba **paskutinė** pozicija bloke – 1,3;
- **kitos** specialios pozicijos bloke – 1,2.

Reklamos klipai, transliuojami išskirtinėse pozicijose, negali būti trumpesni nei 20 sekundžių. Trumpesnių klipų kaina skaičiuojama kaip 20 sekundžių klipo kaina plius pozicijos antkainis.

5.3 Ankstyvojo užsakymo indeksas.

Užsakymams, pateiktiems ne vėliau kaip prieš 30 kalendorinių dienų iki transliacijų mėnesio 1 dienos (toliau „Ankstyvojo užsakymo terminas“), taikomas 0,95 kainos indeksas. Šis indeksas nėra taikomas tuo atveju, jei bent vienas užsakytos reklamos kampanijos parametras yra keičiamas praėjus Ankstyvojo užsakymo terminui.

5.4 Užsakymams, pateiktiems vėliau kaip 7 kalendorinės dienos po transliacijų mėnesio 1 dienos (toliau „Vėlyvojo užsakymo terminas“), taikomas 1,07 kainos indeksas.

5.5 Sezoniniai indeksai:

Sausis	0,9	Gegužė	1,4	Rugsėjis	1,15
Vasaris	0,9	Birželis	1,25	Spalis	1,35
Kovas	1,15	Liepa	0,9	Lapkritis	1,4
Balandis	1,3	Rugpjūtis	0,9	Gruodis	1,25

5.6 Klipo trukmės indeksai:

Trukmė nuo 5 iki 9 s	1,3	Trukmė nuo 20 iki 24 s	1,15
Trukmė nuo 10 iki 14 s	1,25	Trukmė nuo 25 iki 29 s	1,1
Trukmė nuo 15 iki 19 s	1,2	Trukmė ilgesnė nei 30 s	1

5.7 Agentūrinis indeksas.

Reklamos agentūroms, su UAB All Media Lithuania sudariusioms metines reklamos pirkimo sutartis, yra taikomas papildomas 0,95 kainos indeksas reklamos pirkimui pagal tikslines grupes.

5.8 Užsakant TRP kampanijas gali būti taikomi papildomi transliavimo kriterijai. Už kiekvieną iš papildomų kriterijų bus taikomas 1,1 kainos indeksas.

5.9 Reklamai, kuri bus transliuojama Tokijo vasaros olimpinių žaidynių laikotarpiu (2020 m. liepos 24 d. – rugpjūčio 9 d.), bus taikomas 1,2 kainos indeksas.

6. KANALO garantijos

- 6.1 Užsakyto reklamos kampanijos TRP kiekio surinkimo garantija.
KANALAS įsipareigoja surinkti užsakytą reklamos kampanijos TRP kiekį reklamos kampanijos laikotarpiu su +/- 5% paklaida.
- 6.2 TRP pasiskirstymo tarp laiko zonų garantija.
KANALAS garantuoja, kad visas surinktas reklamos kampanijos TRP kiekis geriausio laiko zonoje TV3, TV6 ir TV8 kanaluose bus paskirstytas remiantis TRP įkainių lentelėje atitinkamai tikslinei grupei nurodytomis proporcijomis su +/- 5 procentinių punktų paklaida.
Jei per reklamos kampanijos laikotarpį TRP dalis geriausio laiko zonoje bus mažesnė daugiau nei 5 procentiniais punktais, nei buvo užsakyta, tuomet TRP skirtumą iki užsakyto kampanijos TRP kiekio geriausio laiko zonoje, suskaičiavus jo vertę, KANALAS kompensuoja atitinkamos vertės transliacijomis geriausio laiko zonoje su artimiausia kliento reklamos kampanija, bet ne vėliau kaip per 2 mėnesius nuo reklamos kampanijos pabaigos.
Tuo atveju, jei per reklamos kampanijos laikotarpį TRP dalis geriausio laiko zonoje bus mažesnė daugiau nei 5 procentiniais punktais, nei buvo užsakyta, tačiau surinktas absoliutus TRP kiekis geriausio laiko zonoje bus nemažesnis, nei užsakytas su pritaikyta paklaida, tuomet KANALAS neprivalo suteikti jokių kompensacijų.
- 6.3 TRP pasiskirstymo tarp kanalų garantija.
KANALAS garantuoja, kad visas surinktas reklamos kampanijos TRP kiekis TV3 kanale bus paskirstytas remiantis TRP įkainių lentelėje atitinkamai tikslinei grupei nurodytomis proporcijomis su +/- 3 procentinių punktų paklaida.
Jei per reklamos kampanijos laikotarpį TRP dalis TV3 kanale bus mažesnė daugiau nei 3 procentiniais punktais, nei buvo užsakyta, tuomet TRP skirtumą iki užsakyto kampanijos TRP kiekio TV3 kanale, suskaičiavus jo vertę, KANALAS kompensuoja atitinkamos vertės transliacijomis TV3 kanale su artimiausia kliento reklamos kampanija, bet ne vėliau kaip per 2 mėnesius nuo reklamos kampanijos pabaigos.
Tuo atveju, jei per reklamos kampanijos laikotarpį TRP dalis TV3 kanale bus mažesnė daugiau nei 3 procentiniais punktais, nei buvo užsakyta, tačiau surinktas absoliutus TRP kiekis TV3 kanale bus nemažesnis, nei užsakytas su pritaikyta paklaida, tuomet KANALAS neprivalo suteikti jokių kompensacijų.
- 6.4 Punktuose 6.1., 6.2. ir 6.3. nurodytos kompensacijos nesumuojamos.

7. Reklamos kampanijos vertės apskaičiavimas

Reklamos kampanijos vertė yra nustatoma remiantis faktiniais vidutiniais 15 min. TRP. Klipų transliacijos, faktiškai surinkusios mažiau nei 0,1 TRP, yra vertinamos kaip 0,1 TRP surinkusios transliacijos.

Reklamos kampanijos vertė yra apskaičiuojama pagal formulę:

$$V = CPP \cdot TRP \cdot D \cdot I_s \cdot I_t \cdot I_1 \cdot \dots \cdot I_n \cdot (I_i \cdot I_e + 1 - I_e) \cdot (1 - VD)$$

kur

V – reklamos kampanijos vertė,

CPP – atitinkamos tikslinės grupės 1 sek. CPP įkainis,

TRP – bendras užsakytas reklamos kampanijos TRP kiekis TV3, TV6 ir TV8 kanaluose,

D – klipo trukmė sekundėmis,

I_s – sezoninis indeksas,

I_t – klipo trukmės indeksas,

I₁, ...I_n – kiti kainos indeksai, išskyrus išskirtinės pozicijos indeksą, kuris yra skaičiuojamas konkrečioms transliacijoms,

I_i – konkrečios išskirtinės pozicijos reklamos bloke indeksas,

I_e – bendro reklamos kampanijos TRP kiekio dalies, ištransliuotos konkrečioje išskirtinėje pozicijoje reklamos bloke, indeksas,

VD – apimties nuolaida procentais.

Jei per reklamos kampanijos laikotarpį buvo nesurinkta daugiau nei 5% užsakyto kampanijos TRP kiekio, reklamos kampanijos vertės apskaičiavimas yra atliekamas pagal užsakytą TRP kiekį, o TRP skirtumą iki užsakyto kampanijos TRP kiekio, suskaičiavus jo vertę, KANALAS kompensuoja papildomomis atitinkamos vertės transliacijomis su artimiausia kliento reklamos kampanija, bet ne vėliau kaip per 2 mėnesius nuo reklamos kampanijos pabaigos.

Jei per reklamos kampanijos laikotarpį buvo surinkta daugiau nei užsakytas TRP kiekis, reklamos kampanijos vertės apskaičiavimas yra atliekamas pagal užsakytą TRP kiekį.

8. Nustatyto metinio biudžeto užsakymai

Klientams, pasirašantiems "Garantuojamo metinio biudžeto" sutartis reklamos transliavimui per TV3, TV6 ir TV8 kanaluose yra taikomos abipusiu susitarimu nustatomos apimties nuolaidos. Apimties nuolaidos dydis priklauso nuo bendro konsoliduoto garantuojamo metinio biudžeto, skiriamo reklamai per TV3, TV6 ir TV8.

KANALAS pasilieka teisę keisti reklamos įkainius, o taip pat keisti bei įvesti naujus kainos indeksus.

KANALAS pasilieka teisę keisti TRP pasiskirstymą tarp kanalų, įtraukiant papildomus televizijos kanalus. Tokiu atveju TRP pasiskirstymas tarp kanalų bus nustatomas remiantis auditorijos pasiskirstymu tarp tų kanalų.

9. Papildomos galimybės

Reklamos užsakovai, savo komunikacijai pasirenkantys ne tik TV kanalus TV3, TV6 ir TV8, bet ir TV3Play, Power Hit Radio ar All Media Digital paslaugas, gali sudaryti bendrą reklamos paslaugų pirkimo sutartį, tuo įgydami papildomas naudas.

10. Papildoma informacija dėl atidėto žiūrėjimo (TSV) reitingų

Nuo 2016 m. rugsėjo 12 d. TNS LT TV-metų tyrimo duomenys apima ne tik linijinio, bet ir atidėto TV žiūrėjimo televizijos auditorijos duomenis. Priklausomai nuo TV žiūrėjimo atidėjimo trukmės, TSV duomenys yra skirstomi į: (1) atidėtą žiūrėjimą tą pačią dieną, kai vyko transliacija realiu laiku (VOSDAL); (2) trijų dienų atidėtą žiūrėjimą, t.y. žiūrėjimą trijų dienų laikotarpyje nuo transliacijos realiu laiku (3 Days Coded Playback); ir (3) septynių dienų atidėtą žiūrėjimą, t.y. žiūrėjimą septynių dienų laikotarpyje nuo transliacijos realiu laiku (7 Days Coded Playback).

Atidėto TV žiūrėjimo duomenų apmokestinimas:

- Į bendrus apmokestinamus reitingus įtraukiami 3 Days Coded Playback reitingai. TNS LT teikiami 7 Days Coded Playback duomenys į bendrus reitingus neįtraukiami ir nėra apmokestinami;
- Duomenys įtraukiami į skaičiuojamus reitingus pagal žiūrėtos programos linijinės transliacijos laiko zoną, bet tik tuo atveju, jei vaizdas žiūrimas jo neprasukant;
- Atidėto TV žiūrėjimo reitingai yra apmokestinami įprastais įkainiais taikomais linijinio (tiesioginio) žiūrėjimo reitingų apmokestinimui, t.y. taikant tuos pačius TRP įkainius, laiko zonos ir kainų indeksus ir kt.