

Порядок предоставления услуг по размещению рекламной информации и сюжетов в телепрограмме «МТИС ТВ» (бренд «МІНСК TV»)

1. Расчет стоимости услуг по размещению рекламной информации в телепрограмме «МТИС ТВ», оплата за которую осуществляется в белорусских рублях резидентами Республики Беларусь независимо от форм собственности не рекламирующими иностранные торговые марки к тарифам прейскуранта (пункт 1 прейскуранта) применяются:

1.1 Виды скидок и повышений

1. Скидка за суммарный объем заказа (бюджет net).
2. Скидка за анонс культурных, музыкальных и спортивных мероприятий
3. Сезонный коэффициент
4. Повышающий Кросс-коэффициент (при содержании в рекламируемых материалах рекламодателя информации об иных товарах, работах, услугах не являющихся товарами, работами услугами собственного производства рекламодателя).
5. Повышающий коэффициент за позиционирование
6. Повышающий коэффициент за рекламу пива и слабоалкогольных напитков
7. Повышающий коэффициент за повышение приоритета своего размещения
8. Повышающий коэффициент за срочность.

Расчет скидок и повышающих коэффициентов производится отдельно путем умножения соответствующего тарифа в пункте 1 прейскуранта на соответствующий коэффициент.

1.2. Размер скидок, повышающих коэффициентов и условия их предоставления

- 1.2.1. К установленному в пункте 1 прейскуранта тарифу предоставляются скидки за сумму заказа в год или в месяц:

Таблица 1

За сумму заказа в год			За сумму заказа в месяц		
бюджет (net) (руб. с НДС)		Скидка	бюджет (net) (руб. с НДС)		Скидка**
от	до		от	До	
	1000	60%		250	60%
1000	2000	62%	250	500	62%
2000	3500	64%	500	800	64%
3500		66%	800		66%

Бюджет net – совокупный бюджет рекламодателя на размещение рекламных

материалов сформированный на основе тарифов с учетом применения скидки за сумму заказа, а также с учетом применения повышающих коэффициентов и скидок, предусмотренных в настоящем Порядке предоставления услуг по размещению рекламной информации и сюжетов. Под рекламодателем в целях применения настоящего Порядка понимаются: а) организация или физическое лицо, которые являются производителями рекламируемых товаров, работ, услуг, либо б) организация или физическое лицо, деятельность которых, рекламируется.

*** скидка за сумму заказа применяется с момента заявления заказчиком бюджета. При этом к ранее оказанным услугам в течение соответствующего периода данная скидка не применяется.*

1.2.2. При размещении заказчиком рекламной информации в виде анонсов о проведении культурных, развлекательных, музыкальных и спортивных мероприятий (за исключением выставок) к утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу предоставляется скидка 80%.

При предоставлении указанной скидки по размещению рекламной информации в виде анонсов, скидка за сумму заказа в соответствии с пунктом 1.2.1 не предоставляется.

В рекламе культурно-зрелищного мероприятия должна быть указана:

- информация об организаторе мероприятий, а именно: о его наименовании, товарном знаке (знаке обслуживания), логотипе, адресах, номерах телефонов. При этом изображения товарных знаков (знаков обслуживания) и логотипов организаторов мероприятий должны быть выполнены в статичном виде размером не более 7% от площади кадра и размещаться на фоне информации о мероприятии только по периметру кадра. Не допускается присутствие в рекламных материалах информации о деятельности, качественных характеристиках товаров или услуг и т.п. организаторов мероприятия;*

- информация о мероприятии, в том числе о его участниках, о месте и времени проведения мероприятия;*

- сведения об удостоверении на право организации и проведения культурно-зрелищного мероприятия на территории Республики Беларусь (регистрационный номер, дата принятия решения о выдаче, наименование органа его выдавшего) в случае когда получение такого удостоверения является обязательным;*

- информация о специфике культурно-зрелищного мероприятия (наличие или отсутствие фонограммы);*

- знак возрастной категории. При этом изображение знака возрастной категории должно занимать не менее 5% от площади кадра и размещаться непрерывно на протяжении всего рекламного видеоролика;*

В рекламе культурно-зрелищного мероприятия может быть указана:

- информация о партнерах по организации мероприятий (спонсорах, лицах,*

оказывающих информационную поддержку), за исключением устных упоминаний, а именно: об их наименовании, товарных знаках (знаках обслуживания) и логотипах, При этом изображения товарных знаков (знаков обслуживания) и логотипов партнеров мероприятий должны быть выполнены в статичном виде размером не более 7% от площади кадра и размещаться на фоне информации о мероприятии только по периметру кадра. Не допускается присутствие в рекламных материалах информации о деятельности, местонахождении, качественных характеристиках товаров или услуг и т.п. партнеров по организации мероприятия.

Если представленные рекламные материалы не соответствуют вышеуказанным требованиям, расчет стоимости услуг по размещению таких рекламных материалов осуществляется на основании общих тарифов.

1.2.3. К утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу применяются следующие сезонные повышающие коэффициенты и скидки в зависимости от месяца, в котором осуществляется размещение рекламной информации:

Таблица 2

	Сезонный коэффициент
январь	0,7
февраль	0,9
март	1,1
апрель	1,1
май	1,1
июнь	1,0
июль	0,8
август	0,8
сентябрь	1,15
октябрь	1,15
ноябрь	1,25
декабрь	1,25

В период действия сезонных скидок при размещении рекламной информации в виде анонсов культурных, музыкальных и спортивных мероприятий, данная сезонная скидка не предоставляется.

1.2.4. К утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу в случае содержания в рекламных материалах рекламодателя информации об иных товарах, работах, услугах, не являющихся товарами, работами, услугами собственного производства рекламодателя (кросс-промо) может применяться **повышающий кросс-коэффициент:**

для субъектов торговли и операторов мобильной связи согласно графы 2 таблицы 3;

для других субъектов хозяйствования согласно графы 3 таблицы 3.

Таблица 3

Количество дополнительных торговых марок в рекламном материале:	Кросс-коэффициент для субъектов торговли и мобильных операторов	Кросс-коэффициент для других субъектов хозяйствования
1	2	3
1	1,5	1,3
2	1,7	1,5
3 и более	2,0	1,5

. Кросс-брендом в данном случае признаются товар, работа, услуга, торговое наименование товара, работы, услуги; товарный знак/торговая марка, знак обслуживания, логотип, фирменный дизайн и иные элементы фирменного стиля, являющиеся средствами индивидуализации товаров, работ, услуг, юридических или физических лиц, а также юридическое лицо или физическое лицо.

Кросс-коэффициент не применяется:

- 1) При размещении рекламной информации, анонсирующей культурные, музыкальные и спортивные мероприятия;
- 2) При размещении рекламной информации, анонсирующей проведение выставок при соблюдении следующих условий:
 - изображения товарных знаков (знаков обслуживания) и логотипов партнеров, спонсоров, участников выставок должны быть выполнены в статичном виде размером не более 7% от площади кадра и размещаться на фоне информации о выставке только по периметру кадра. Не допускается присутствие в рекламных материалах информации о деятельности, местонахождении, качественных характеристиках товаров или услуг и т.п. участии ков выставок, партнеров и спонсоров по организации и проведению выставок.

- место проведения выставок должно быть указано в статичном виде в текстовом, нестилизованном формате и занимать не более 7% от площади кадра. Допускается устное упоминание места и адреса проведения выставок. Не допускается присутствие в рекламных материалах товарных знаков (знаков обслуживания) и логотипов объектов, определяющих место проведения выставок.

Если представленные рекламные материалы не соответствуют вышеуказанным требованиям, расчет стоимости услуг по размещению таких рекламных материалов осуществляется с применением **кросс-коэффициента**.

1.2.5. К утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу применяются **повышающий коэффициент за позиционирование** рекламного материала внутри рекламного блока:

Таблица 4

Позиция рекламного материала в блоке	Коэффициент
Первая*	1,15
Вторая	1,1
Предпоследняя	1,1
Последняя*	1,1

- *Повышающий коэффициент за позиционирование (первая и последняя позиции) для роликов, хронометраж которых составляет менее 30 секунд, рассчитывается исходя из стоимости 30-секундного ролика.*

1.2.6. К утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу применяется **повышающий коэффициент** за рекламу пива и слабоалкогольных напитков: **2,0**.

1.2.7. К утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу в рекламных блоках применяются **повышающие коэффициенты приоритета**.

При размещении рекламной информации в рекламных блоках заказчик может повысить приоритет своего размещения, выбрав **повышающий коэффициент** в размере от **1,3** до **1,7** с шагом **0,1**.

2. **Расчет стоимости услуг по размещению рекламной информации иностранных торговых марок в телепрограмме «Минск ТВ», оплата за которую осуществляется в белорусских рублях**

2.1. К утвержденному в пункте 1 прейскуранта тарифу предоставляются скидки за сумму заказа в год или в месяц:

При размещении рекламы иностранных торговых марок, оплата за которую осуществляется в белорусских рублях:

Таблица 5

За сумму заказа в год			За сумму заказа в месяц		
Суммарный бюджет (net) (руб. с НДС)		Скидка	Суммарный бюджет (net) (руб. с НДС)		Скидка
от	до		от	до	
	2700	0%		500	0%
2700	4000	5%	500	800	5%
4000	5900	10%	800	900	10%
5900	7 000	15%	900	1 200	15%
7 000	8000	20%	1 200	1 500	20%
8 000	9000	25%	1 500	1 800	25%
9000	10000	30%	1 800	2500	30%
10000	11 000	34%	2500		34%
11 000	15000	40%			
15000	20000	44%			
20000		48%			

2.2. При размещении рекламных материалов белорусских рекламодателей, содержащих рекламную информацию об иностранных торговых марках, применяются тарифы и скидки, предусмотренные для размещения рекламы белорусских рекламодателей с учетом повышающего кросс-коэффициента, при соблюдении в совокупности следующих условий:

- рекламная информация об одной или несколько иностранных торговых марках (независимо от их количества) должна размещаться непрерывно и не должна превышать 30% от общего хронометража рекламных материалов;
- во время размещения информации об иностранных торговых марках в рекламном ролике должны размещаться торговая марка, логотип либо иная информация о белорусском рекламодателе размером не менее 10% от площади кадра;
- в рекламном ролике должна присутствовать информация о конкретных условиях и/или особенностях реализации белорусским рекламодателем товаров, работ, услуг, обозначенных иностранными торговыми марками, в том числе допускается информация об условиях реализации, цене, предоставляемых скидках, подарках и т.д.;
- допускается размещение логотипов и/или товарных знаков, обозначающих иностранные торговые марки, размером не более 10% от площади кадра на

фоне информации о рекламируемых товарах либо услугах;
-допускается уточняющая информация с указанием моделей товаров, обозначенных иностранными торговыми марками, размером не более 10% от площади кадра на фоне информации о рекламируемых товарах либо услугах;
-информация о качественных характеристиках, потребительских свойствах, а также присутствие рекламных слоганов товаров, работ, услуг, обозначенных иностранными торговыми марками, в рекламном ролике не допускается.

Если представленные рекламные материалы **не соответствуют** вышеуказанным требованиям, расчет стоимости услуг по размещению таких рекламных материалов осуществляется с применением **скидки за объем заказа для иностранных торговых марок с учетом повышающего кросс-коэффициента.**

3. Расчет стоимости услуг по размещению рекламной информации иностранных торговых марок в телепрограмме «Минск ТВ», оплата за которую осуществляется в иностранной валюте

Стоимость услуги по размещению рекламной информации определяется способом, изложенным в пункте 2 настоящего Порядка, с применением курсов валют, установленных Национальным банком Республики Беларусь на дату заключения договора.

4. Пакет услуг «Партнер программы (партнер показа)»

Пакет услуг «Партнер программы» включает в себя комплекс услуг состоящих из 5 позиций прейскуранта, при этом услуга «озвучивание рекламной информации ведущим в эфире» обязательно входит в комплекс. При заказе услуги допускается выбор не менее трех позиций, две из которых определяется по выбору заказчика. По желанию заказчика перечень услуг пакета может быть расширен до 5. Стоимость пакета услуг формируется путем суммирования тарифов входящих в его состав позиций.

5. Размещение рекламной информации в виде бегущей строки

Бегущая строка включает в себя до 23 слов (без предлогов и союзов), номер телефона считается одним словом. Бегущая строка представляет собой размещение краткого рекламного объявления в виде текста, расположенного, как правило, внизу экрана (не должна превышать 7% площади кадра). Тариф включает в себя один показ продолжительностью до 45 секунд.

6. Размещение рекламной информации в виде всплывающего баннера

Услуга представляет собой малую телевизионную рекламу в форме меняющихся на экране динамичных титров и изображений, расположенных в нижней части экрана, с использованием анимации и 3D-объектов (без звука). Тариф включает в себя стоимость 1 показа продолжительностью 5 секунд.

7. Создание и размещение рекламного сюжета

Тариф включает в себя стоимость 1 минуты создания и размещения готового простого (стандартного) рекламного видеосюжета в эфире

программы «Вовремя», согласно технологической схеме создания простого видеосюжета собственного производства. Исполнитель приступает к созданию видеосюжета после двустороннего согласования Бланка заказа. Создание рекламного сюжета осуществляется не менее чем за 3 рабочих дня до предполагаемой даты эфира*. Показ в эфире программы «Вовремя» осуществляется только после письменного подтверждения Заказчиком отсутствия претензий к качеству и содержанию рекламного сюжета. При

создании более сложного рекламного видеосюжета применяется договорная стоимость.

*Надбавка за срочность создания рекламного сюжета составляет 50% от итоговой стоимости рекламного сюжета.

8. Создание и размещение рекламного сюжета в телепередачах «Давайте разберемся» или «Хорошие новости»

Тариф включает в себя стоимость 1 минуты создания и размещения рекламного сюжета собственного производства в телепередачах Исполнителя заказа. Исполнитель приступает к созданию видеосюжета после двустороннего согласования Бланка заказа. Создание рекламного сюжета в телепередачах «Хорошие новости» или «Давайте разберемся» осуществляется не менее чем за 7 рабочих дней до предполагаемой даты эфира*. Показ сюжета в эфире телепередачи «Хорошие новости» или «Давайте разберемся» осуществляется только после письменного подтверждения Заказчиком отсутствия претензий к качеству и содержанию рекламного сюжета.

*Надбавка за срочность создания рекламного сюжета составляет 50% от итоговой стоимости рекламного сюжета.

9. Размещение рекламной информации в форме титра

Услуга представляет собой размещение информации о компании рекламодателя в виде подписи во время интервью с представителем компании. Тариф включает в себя стоимость одного показа.

10. При размещении рекламной информации через рекламные агентства по позициям №1 и 3 преysкуранта предоставляется скидка рекламному агентству в размере 15% от объема выручки без учета НДС.

11. На рекламные услуги разового характера, а также на услуги, имеющие нестандартные (эксклюзивные) параметры (условия) их оказания стоимость услуги определяется по соглашению сторон.

Генеральный продюсер

А.В.Гурский

