



## TV3 GRUPI MEEDIAPLANEERIMINE

Meediaplaneerimise tingimused kehtivad koos TV3 Grupi hinnakirjaga 2024.

### 1. Meediaplaneerimise võimalused

TV3 Grupp pakub võimalust osta kontaktipõhist eetriaega nii kliendi poolt valitud saadetes (TVR) kui ka vastavalt valitud sihtgrupile kanalipoolse planeeringuga (RBS).

#### 1.1 TVR

TVR planeering võimaldab reklaame esitada just nendes kanalites ja saadetes, mis tunduvad kliendile sobivaimad.

Edastustasu arvutamisel arvestatakse eetrikordade reaalsete väärtuste reitingud, mis TV3 puhul jäävad vahemikku 0-0,14, võrdseks 0,15-ga ning teiste kanalite puhul reitingud, mis jäävad vahemikku 0-0,02, võrdseks 0,03-ga. Vastavalt lisandunud väärtus moodustab edastustasu. Edastustasu arvestatakse automaatselt eetrikorra tegeliku reitingu ja rahalise väärtuse hulka ning seda eraldi välja ei kuvata. Kampaniate kompensatsiooniväärtuste arvutamisel võetakse alati aluseks kampaniate mahud koos edastustasudega.

##### 1.1.1 Tellimine

TVR planeeringu korral valib klient reklaami esitamiseks soovitud pausid kavavõrgust, kus on kuvatud müügireitingud sihtgruppides A18-59, A4+, ning edastab tellimuse koos tellitava toote nime, klipipiikkuse ja sihtgrupi reitingutega meediaplaneerijale. TV3 Grupp saadab tellimuse kinnitamiseks meediaplaani koos eetrikorrapõhiste maksumustega kanalite lõikes esimesel võimalusel. Vastav meediaplaan on arve esitamise aluseks.

**TVR planeeringu puhul kehtib igal kuul eelnevalt teatatud saadetele erikoefitsient 1,30.**

TVR planeeringu puhul on minimaalse reitinguga pauside lubatud arvuline osakaal maksimaalselt 10%. Miinimum reiting TV3 kanalil on 0,15 ning teistes kanalites 0,03.

**Rikkumise korral on TV3 grupil õigus lisada indeks 1,20.**

**Sihtgrupi A18-59 kasutamisel lisatakse CPP hinnale koefitsient 1,05 ja A4+ kasutamisel lisatakse CPP hinnale koefitsient 1,10.**

Sihtrühma Kõik 4-14 saab osta ainult telekanalis Nickelodeon ja Nick Junior (sihtrühma indeks 0,5). Kanalil on õigus keelduda sobimatu reklaami edastamisest kanalil Nickelodeon ja Nick Junior.

**TV3 Grupi kanalite osakaalud fikseeritakse iga kuu alguses vastavalt hinnakirja sihtrühmade põhisele CSOV jaotusele. Etteantud kanalite vahelisi osakaalusid tellimuses muutes lisandub kampaniale indeks 1,05. Määratud kanali osakaalu on TV3 puhul võimalik suurendada maksimaalselt 8 protsendi võrra ning teiste kanalite puhul langetada maksimaalselt 2 protsendi võrra. Ühegi muudetud kanali osakaal ei tohi moodustada alla 2% tellimusest.**

**Tellimustele, mis edastatakse TV3 Grupile vähem kui 5 päeva enne esimest eetripäeva, on TV3 Grupil õigus lisada indeks 1,10.**

Päevaosadena eristatakse tellimuste puhul Prime Time`i 17:00-23:59 ja Off Prime Time`i 24:00-16:59. Vastavate päevaosade lubatud osakaalud on määratletud kliendipõhise lepinguga. Päevaosade siseseid piiranguid ning mahtude jaotusi pole võimalik tellimustes määratleda.

Prime Time osakaalude indeksid:

PT osakaal	Indeks
0-39%	1,2
40-49%	1,1
50-65%	1
66-74%	1,1
75-84%	1,2
85-94%	1,3
96+%	1,4

### 1.1.2 Muutmine ja tühistamine

Tellitud TVR eetrikordade tühistamise puhul peab tühistamisest teatamise päeva ning tühistatava eetrikorra päeva vahele jääma minimaalselt 3 täistööpäeva. Vastasel korral võetakse tühistatavate eetrikordade eest eetriaaja broneerimistasu vastavalt planeeritud eetrikordade esialgsele maksumusele.

TVR tellimuse muutmise puhul peab muutmisest teatamise päeva ning kampaania alguskuupäeva vahele jääma minimaalselt 3 täistööpäeva. **Lühema tähtaja korral või juba eetris oleva kampaania muutmisel rakendub TVR kampaania muutmise tasu 100€ iga muudetava kampaania ja muutmise korra kohta alates teisest muutusest.** Kampaania jooksul tehtavate muudatuste puhul uusi kinnitusi ei saadeta.

### 1.1.3 Tulemused ja kompensatsioonid

Kampaaniaperioodi lõppedes võrreldakse tegelikult saadud GRP/TRP mahtu kinnitatud meediaplaaniga summeeritult kõikide kasutatud kanalite ja ajatsoonide lõikes. **Juhul, kui tegelik tellitud GRP/TRP maht erineb tellitust rohkem kui 2%, arvutatakse kampaania rahaline väärtus tegelike reitingutega.** Juhul, kui tegelik väärtus on kinnituses olnust väiksem või tehnilistel põhjustel ei ole klipp eetris käinud, kompenseeritakse vastav rahaline vahe järgnevates kampaaniates. Kampaaniaperioodi jooksul võimalikku kompensatsiooni ei lisata ja kampaaniat ei jälgita.

Juhul, kui kampaania tulemused ületavad kinnituses olevaid mahte, puudub tellijal kohustus tasuda lisaks saadud mahtude eest.

Võimaliku kompensatsiooni kinnitamiseks tuleb saata kokkuvõtte TV3 Grupile ühe kuu jooksul alates kampaania perioodi lõppemisest. Antud viisil välja arvatud kompenseeritavat mahtu on võimalik kasutada ühe aasta jooksul kampaania lõppemisest alates. Kompensatsiooni on võimalik välja võtta üks kord. Kompensatsiooni omakorda ei kompenseerita. Kõrge väljamüügiga kuudel on Kanalil õigus keelduda kompensatsiooni andmisest.

## 1.2 RBS

RBS planeeringu puhul valitakse reklaami esitamiseks sobilikud saated vastavalt valitud sihtgrupile ning vastavalt tegelikule vaadatavusele kanalipoolselt ning kampaaniaperioodi jooksul jälgitakse, et tegelikud tulemused vastaksid tellitule. TV3 Grupp ei garanteeri tellitud/planeeritud tulemust kui kampaania pikkus on alla 7 päeva.

Edastustasu arvutamisel arvestatakse eetrikordade reaalsete väärtuste reitingud, mis TV3 puhul jäävad vahemikku 0-0,14, võrdseks 0,15-ga ning teiste kanalite puhul reitingud, mis jäävad vahemikku 0-0,02, võrdseks 0,03-ga. Vastavalt lisandunud väärtus moodustab edastustasu. Edastustasu arvestatakse automaatselt eetrikorra tegeliku reitingu ja rahalise väärtuse hulka ning seda eraldi välja ei kuvata. Kampaaniate kompensatsiooniväärtuste arvutamisel võetakse alati aluseks kampaaniate mahud koos edastustasudega.

### 1.2.1 Tellimine

**RBS puhul on kohustuslik tellida kõiki TV3 Grupi poolt pakutavaid telekanaleid.**

**Juhul, kui Kliendi toode ei ole sobilik kanalisse Nickelodeon ja Nick Junior, rakendatakse RBS hinnatingimused 10 (kümnele) telekanalile.**

Juhul, kui Kliendil puudub vene klipp, rakendatakse RBS hinnatingimused eestikeelsele telekanalile (eeldusel, et Kliendi toode on sobilik kanalisse Nickelodeon ja Nick Junior).

**TV3 Grupi kanaligruppide osakaalud fikseeritakse iga kuu alguses vastavalt hinnakirja sihtrühmade põhisele CSOV jaotusele. Etteantud kanaligruppide vahelisi osakaalusid tellimuses muutes lisandub kampaaniale indeks 1,05. Määratud kanaligruppide osakaalu on võimalik muuta maksimaalselt 4 protsendi võrra.**

**Tellimustele, mis edastatakse TV3 Grupile vähem kui 5 päeva enne esimest eetripäeva, on TV3 Grupil õigus lisada indeks 1,10.**

Kõik RBS tellimused esitatakse läbi TV3 Grupi RBS tellimuse Exceli faili. Antud failiga fikseeritakse ära tellitavate kontaktide hulk ning kampaania maksumus kanalite lõikes. Vastav tellimus on ka arve esitamise aluseks (kanalite lõikes summades võib esineda minimaalseid erinevusi).

TV3 Grupp planeerib tellimuses oleva TRP mahu vastavalt etteantud kriteeriumitele ja jälgib seda kogu kampaania vältel. Kliendil on võimalus tellida lisakoefitsiendiga indikatiivne raamplaan eetrikorrapõhiste väärtustega.

Kampaania tulemuste tagamiseks võib TV3 Grupp kampaaniaperioodi jooksul raamplaani muuta lisades ja/või eemaldades eetrikordi vastavalt tegelikele tulemustele. Vastavate muudatuste kohta TV3 Grupp uut kinnitust tellijale ei esita.

Päevaosadena eristatakse tellimuste puhul Prime Time`i 17:00-23:59 ja Off Prime Time`i 24:00-16:59. Vastavate päevaosade lubatud osakaalud on määratletud kliendipõhise lepinguga. Päevaosade siseseid piiranguid ning mahtude jaotusi pole võimalik tellimustes määratleda.

Prime Time osakaalude indeksid:

PT osakaal	Indeks
0-39%	1,2
40-49%	1,1
50-65%	1
66-74%	1,1
75-84%	1,2
85-94%	1,3
96+%	1,4

### 1.2.2 Tulemused ja kompensatsioonid

Kampaaniaperioodi lõppedes võrreldakse tegelikult saadud TRP mahtu tellituga summeeritult kõikide kasutatud kanalite ja ajatsoonide lõikes. **Juhul, kui tegelik summeeritud TRP maht erineb tellitust rohkem kui 5%, arvutatakse kampaania rahaline väärtus vastavalt tegelike reitingutega.** Juhul, kui vastavalt arvatud tegelik väärtus on tellitust väiksem, kompenseeritakse vastav rahaline vahe.

Juhul, kui kampaania tulemused ületavad tellitud mahte, puudub tellijal kohustus tasuda lisaks saadud mahtude eest.

Võimaliku kompensatsiooni kinnitamiseks tuleb saata kokkuvõtte TV3 Grupile ühe kuu jooksul alates kampaania perioodi lõppemisest. Antud viisil välja arvatud kompenseeritavat mahtu on võimalik kasutada ühe aasta jooksul kampaania lõppemisest alates. Kõrge väljamüügiga kuudel on Kanalil õigus keelduda kompensatsiooni andmisest.

### 1.2.3 Muutmine ja tühistamine

RBS kampaania tühistamise puhul peab tühistamisest teatamise päeva ning tühistatava päeva vahele jääma minimaalselt 3 täistööpäeva. Vastasel korral võetakse tühistatavate päevade eest eetriaja broneerimistasu proportsionaalselt kampaania eelarvest arvestades tühistatavate päevade osakaalu kogu kampaania kestvusest.

RBS tellimuse muutmise puhul peab muutmisest teatamise päeva ning kampaania alguskuupäeva vahele jääma minimaalselt 3 täistööpäeva. **Lühema tähtaja korral või juba eetris oleva kampaania muutmisel rakendub RBS kampaania muutmise tasu 100€ iga muudetava kampaania ja muutmise korra kohta alates teisest muutusest.** Kõik tehtavad muudatused RBS tellimustes tuleb kokku leppida läbi TV3 Grupi RBS tellimuse faili. Juhul, kui see juba eetris oleva kampaania puhul pole võimalik, toimub vastava kampaania arve esitamine vastavalt tegelikele reitingutele kampaania kontaktieesmärgi täitumisest sõltumata kogu saadud mahu ulatuses ning arvestades sellele juurde võimalikud tasud kampaaniapäevade tühistamise ning muutmiste eest. Kampaania jooksul tehtavate muudatuste puhul uusi kinnitusi ei saadeta.

## 1.3 TVR ja RBS tegelike reitingutega

Nii TVR kui RBS kampaaniaid on kokkuleppel võimalik tellida makstes ka tegelike reitingute eest, mille puhul lisandub indeks 1,2. Jooksva kuu reaalse reitingu ostmisele üleminekul rakendub indeks 1,3. Sellisel juhul on arve aluseks kampaania väärtus tegelike reitingutega, mis arvutatakse välja peale kampaaniaperioodi lõppu kampaania kontaktieesmärgi täitumisest sõltumata ja kogu saadud mahu ulatuses. Muutmiste ja tühistamiste puhul kehtivad tavapärased kampaaniatüübipõhised tähtjad ja tasud. Tegelike reitingute ostmisel alus kompensatsiooniks puudub.

## 2. Reklaamklippide toimetamise tingimused

2.1. Reklaamklipi õige ning eetrikõlblik versioon tuleb toimetada TV3 Grupi ftp serverisse või läbi Adstream-i hiljemalt vastavalt tapeedigraafikule kella 11:00-ks. Riiklike pühade puhul teavitatakse tähtajad eraldi.

Tapeedigraafik TV3 Grupi telekanalites TV3, TV6, 3+, TV3 Life, Nickelodeon, Nick Junior:

esmaspäev - kolmapäev

teisipäev - neljapäev

kolmapäev – reede ja laupäev

neljapäev – pühapäev ja esmaspäev

reede – teisipäev

Tapeedigraafik TV3 Grupi telekanalites TNT Baltic, 1+2 ja Friday International:

esmaspäev – neljapäev

teisipäev – reede ja laupäev

kolmapäev – pühapäev ja esmaspäev

neljapäev – teisipäev

reede – kolmapäev

Telekanalite FX, FX Life ja National Geographic tapeedigraafiku edastame igakuiselt.

2.2. Ftp serverisse üleslaetava faili nimi peab sisaldama tellija ja toote nime ning klipi tegelikku pikkust. Klipi iga versiooni laadimisel tuleb sellest teavitada meediaplaneerijat ning anda kogu vajalik lisainformatsioon. TV3 Grupp kasutab klippi ainult vastavalt laekunud infole ning ei teosta selle sisulist ülevaatust.

2.3. Alates kolmandast klipi muutmisest (väljavahetamisest) ühe ja sama sisuga klipi puhul rakendub muutumise lisatasu 50€.

2.4. Eetrikõlblike klippide väljastamine/vahendamine 50€.

2.5. TV3 Grupp ei vastuta võimalike vigade eest klipi esitamisel, kui see pole toimetatud eelpoolmainitud viisil ja tähtajaks (juhul, kui see ei mahu eelpooltoodud tähtaja sisse).

**\*Kanalil on õigus muuta hinnakirja etteteatamisega 1 kuu.**

**Lisainfo ja tingimused: [www.reklaam.tv](http://www.reklaam.tv)**