



## РЕКЛАМНА ТАРИФА

в сила от 1 януари 2015г.

Рекламно време от Нова Броудкастинг Груп (НБГ) може да бъде закупено при следните методи, в зависимост от срока на договора:

- подписване на годишен договор с гаранция за определен годишен бюджет и/или дял - годишните договори следва да бъдат подписани преди началото на първата кампания;
- закупуване на рекламno време на кампаниен принцип.

Считано от 1 октомври 2014 г., НБГ ценообразува рекламното си време на база данните, предоставяни от пийпълметричната агенция „Медиарисърч България“ ЕАД, ЕИК 201937832 и Smart Ad server.

Рекламно време за съответния период може да бъде закупено по един от следните три начина, в зависимост от методологията на планиране за предлаганите канали - Nova, Diema, Kino Nova, Diema Family, Nova Sport, Discovery Channel, TLC, Disney, Cartoon Network, Fox, Fox Crime, Fox Life, 24 Kitchen, National Geographic Channel, AXN, City TV, Netinfo портфолио (Video Ad Pack) :

- **С гаранция на зрителска аудитория** – за групата от канали като едно цяло. Спазването на разпределението по канали е задължително за всички рекламодатели. Зрителска аудитория ще се гарантира на рекламни кампании за Nova, Diema, Diema Family, Kino Nova, Discovery Channel, TLC, Disney, Cartoon Network, National Geographic Channel, Fox, Fox Crime, Fox Life, AXN, Netinfo портфолио (Video Ad Pack). За каналите Nova Sport, 24 Kitchen и City TV бюджетът ще се разпределя на месечна база с фиксирана цена за излъчване.
- **Поотделно за всеки един канал, според месечните рекламни тарифи** - Nova, Diema, Kino Nova, Diema Family, Nova Sport, Discovery Channel, TLC, Disney, Cartoon Network, Fox, Fox Crime, Fox Life, 24 Kitchen, National Geographic Channel, AXN и City TV - с цена за излъчване по предаване без гарантиране на зрителска аудитория.
- **Run by Station (RBS)** – кампании, позиционирани от страна на Телевизията, без предварително одобрение на медия план и без гаранция на конкретни предавания, при едно от следните условия:
  - Определени от рекламодателя: дати на кампанията, целеви групи, бюджет и рейтинг точки (TRP);
  - Определено от НБГ разпределение на TRP по канали, в съответствие с естественото доставяне на рейтинги

при избраната целева група за период не по-кратък от четири седмици.

Ако някой от каналите започне да генерира значително повишение на аудиторията в течение на годината или НБГ добави към портфолиото си нов канал, то тогава Телевизията си запазва правото да включи този канал към пакета на съществуващата група съгласно условията, посочени в този документ.

Video Ad Pack моделът представлява закупуване на рейтинг точки за конкретни целеви групи, които ще бъдат излъчени в сайтовете на Netinfo (iTRPs) и разпределени на база импресии както следва:

- 70% video banners – цялото портфолио на Netinfo, описано в Приложение 1;
- 30% pre-rolls - Vbox7.com, m.vbox7.com, Vesti.bg, Novanews.bg, Dariknews.bg, Gong.bg, Sinoptik.bg.

Телевизията си запазва правото да променя пакета от интернет сайтове към Video Ad Pack съгласно условията, посочени в този документ. При планиране на iTRPs ще бъдат приложими отстъпките и сезонните индекси според годишното споразумение с Нова Броудкастинг Груп.

### Пакети с гаранция на зрителска аудитория

Рекламната агенция планира и позиционира кампаниите, за да постигне договорен брой целеви рейтинг точки (с изключение на каналите Nova Sport, 24 Kitchen и City TV, за които НБГ не гарантира рейтинг точки).

Ако кампанията постигне повече или по-малко от планираните целеви рейтинг точки, то НБГ ще добави или премахне излъчвания в рамките на споразумението според общото разпределение по канали и часови зони.

НБГ има правото да размества (без предварително одобрение на Рекламодателя или Рекламната агенция) до 15% от общия брой излъчвания, заявени в съответствие с договорените условия между страните. При неспазване на официално обявеното месечно разпределение по канали, Телевизията има право да размества излъчванията до постигането му.

Пакетите с гарантирана аудитория, предлагани от НБГ, се базират на годишна цена за рейтинг точка при следните целеви групи, обозначени по-долу:

### Целеви групи и цени в лева без ДДС за ТВ кампании

Целеви групи	Бруто CPP при 60% ПТ	Бруто CPP* при 70% ПТ
A18-34	455	478
A18-49	372	391
A25-54	322	338
W18-49	334	351
W25-54	280	294
M18-49	463	486
M25-54	390	410
A18-49 Urban	357	375
W18-49 Urban	310	326
M18-49 Urban	440	462

Посочените по-горе цени за рейтинг точки (приложими за 30-сек. клип) се основават на естественото разпределение на бюджета от 60% в праймтайм (ПТ) и 40% - извън праймтайм. Всяко отклонение с до 10% от това разпределение е предмет на 5% увеличение или намаление на цената за рейтинг точка.

\*Пример за 70% праймтайм.

### Целеви групи и цени в лева без ДДС за Video Ad Pack кампании

Целеви групи Video Pack	Бруто CPP 70%/30%	Бруто CPP* 90%/10%
A18-34	455	410
W18-49	334	301
M18-49	463	417

Цените са валидни за всички дължини на клипове до 30", при стандартно разпределение 70% от импресиите - във video banners и 30% - във формат pre-rolls.

\*Пример за разпределение на импресиите 90% във video banners и 10% в pre-rolls.

Рекламоателят/Рекламната агенция има право да избере най-подходящата целева група за Video Ad Pack в случаите, когато тя се различава от тази в годишното споразумение с НБГ. При всички обстоятелства се прилага брутното CPP, валидно за Video Ad Pack кампании.

Всяка Video Ad Pack кампания е с продължителност от поне три седмици и минимална нетна инвестиция от 2000лв.

Заявените целеви рейтинг точки се считат за изпълнени при достигане на импресиите съобразно медия плана. Отчитането на кампанията се извършва на база Smart Ad server.

Посочените по-горе цени за 30-сек. клип могат да бъдат променени в рамките на +/- 15% за календарната 2015г.

Брутната цена в лева за клип в каналите без гарантиране на зрителска аудитория - **Nova Sport, 24 Kitchen и City TV** - са както следва:

Часови пояс	Бруто цена за клип 30"
Дневен пояс 06:30-17:29	32
Праймтайм 17:30-23:59	70
Късен часови пояс 24:00-01:29	27
Нощен пояс 01:30-06:29	7

### Специални програми

Това могат да бъдат предавания (реалити формати и др.) както в Нова ТВ, така и във всички останали канали, представлявани от НБГ. Върху тях ще се прилага индекс между 110% и 150%. Всички договорени отстъпки остават в сила. Телевизията обявява на интернет страницата си специалните предавания, както и надценката, при изпращане на месечните тарифи и гарантираните нива на рейтинг точка.

### Реализиране на кампания

Всички недоставени рейтинг точки от дадена кампания могат да бъдат излъчени в текуща или следваща кампания на рекламоателя. Ако една кампания се излъчва повече от един месец, изпълнението ѝ ще се следи за целия период, преизчислено според сезонния индекс.

Ако недоставените рейтинг точки са повече от 10% в конкретна кампания, НБГ има право да удължи кампанията с не повече от 14 (четирнадесет) дни, съгласувано с Рекламоателя/Рекламната агенция.

Компенсации за недоставени рейтинг точки ще бъдат правени на база клиент, а не на продукт. Всички компенсационни спотове се планират от НБГ и се предоставят чрез пакета от канали - Nova, Diema, Kino Nova, Diema Family, Disney, Cartoon Network, Discovery, TLC, National Geographic, Fox, Fox Crime, Fox Life и AXN.

Всякакви рекламации относно параметрите по излъчена кампания се приемат в срок от 15 (петнадесет) дни след получаване на финални данни от пийпълметричната агенция. НБГ си запазва правото да изпълни параметрите по кампаниите, при взаимно съгласие, в рамките на периода на договора, но не по-късно от три месеца след изтичане на кампанията.

### Часови зони

НБГ определя часовите пояси, посочени по-долу. Стандартното разпределение по часови зони, в сила за всички канали, е:

- 60% от бюджета - в праймтайм;
- 40% от бюджета - извън праймтайм.

Часови пояс	пон - нед
Дневен пояс	06:00-17:29
Праймтайм	17:30-23:59
Нощен пояс	24:00-05:59

За алкохолни продукти часовите пояси са, както следва:

Часови пояс	пон - нед
Праймтайм	22:00-23:59
Нощен пояс	24:00-05:59

Стандартното разпределение на рекламните материали по отделните канали от групата се прилага за всички рекламни кампании, освен при поотделно закупуване. Публикува се най-малко 10 (десет) дни преди първия ден на съответния месец на уеб страницата на НБГ. Разпределението се прилага на база бюджет и не се отнася за бонусни клипове или сезонни промоции. То се определя съобразно разпределението на аудиторията по целеви групи за съответните канали.

### Коефициент за дължина на спот

При определяне на цената за всеки рекламен материал се взема предвид дължината му чрез използването на коефициент, както следва:

Дължина	Коефициент
< 10 сек.	0.50
11-15 сек.	0.75
16-20 сек.	0.85
21-25 сек.	0.95
26-30 сек.	1.00
> 30 сек.	Линеарно

При Video Ad Pack индексът за дължина на клипове до 30 сек. е 100%.

### Сезонен индекс

При определяне на цената за всеки рекламен материал се взема предвид и съответния календарен месец от годината. Сезонният индекс е в сила за всички канали от групата, както следва:

Месец	Индекс	Месец	Индекс
Януари	100	Юли	100
Февруари	100	Август	100

Март	110	Септември	110
Април	120	Октомври	120
Май	120	Ноември	120
Юни	110	Декември	110

- Посочените по-горе индекси могат да бъдат променени в рамките на +/- 15% за календарната 2015г.

В случаите, в които кампаниите обхващат два или повече месеца, сезонният индекс се прилага към планирания брой рейтинг точки за съответния месец.

### Отстъпки за агенции

Всички агенции, които закупуват рекламно време от НБГ, получават 5% отстъпка от тарифата.

### Отстъпка за обем

НБГ предлага отстъпка за обем на базата на нетния инвестиран бюджет на рекламодателя (без ДДС), както следва:

Нетна инвестиция на рекламодател 1 януари-31 декември 2015	Отстъпка за обем
До 100,000 лв.	1%
100,001 - 200,000 лв.	2%
200,001 - 300,000 лв.	3%
300,001 - 400,000 лв.	4%
400,001 - 625,000 лв.	5%
625,001 - 750,000 лв.	6%
750,001 - 1,000,000 лв.	7%
1,000,001 - 1,250,000 лв.	8%
1,250,001 - 1,625,000 лв.	9%
1,625,001 - 2,000,000 лв.	10%
2,000,001 - 2,500,000 лв.	12%
Над 2,500,001 лв.	Подлежи на договаряне, но не повече от 15%

С цел избягване на всякакво съмнение, при договаряне на отстъпката за обем на базата на нетен инвестиран бюджет над 2,500,001 лв. (без ДДС), НБГ прилага еднакви критерии за сходни обеми.

### Поощряваща отстъпка

НБГ предлага поощряваща отстъпка за всеки рекламодател, в зависимост от нетното увеличение на дела или бюджета му спрямо предходната година. Двете опции на поощряваща отстъпка са взаимно изключващи се и Рекламодателят може да избере само един от

вариантите по-долу, в зависимост от това кой е най-подходящ за него.

Увеличение на бюджета 2014/2015	Отстъпка %
100,000 - 200,000 лв.	3%
200,001 - 400,000 лв.	5%
400,001 - 600,000 лв.	8%
600,001 - 800,000 лв.	9%
Над 800,001 лв.	10%
Увеличение на дела 2014/2015	Отстъпка %
За +10 точки	3%
За +20 точки	5%
За +30 точки	8%
За +40 точки	9%
За НАД 50 точки	10%

Споменатата по-горе поощряваща отстъпка за рекламодатели може да бъде поискана авансово след подписването на споразумение, гарантиращо увеличението на годишния бюджет или дела спрямо предходната година. Ако гарантираното ниво се увеличи през годината, може да бъде предоставена съответната по-висока отстъпка след подписването на анекс към вече сключеното годишно споразумение. Новата отстъпка влиза в сила за кампаниите, реализирани след датата на подписване на анекса, като увеличението на дела или бюджета спрямо предходната година се изчислява за периода на цялата година.

В случай че в края на годината гарантираният дял или бюджетът не са изпълнени, се прилага пониско ниво на отстъпката, отговарящо на реално реализираната инвестиция за периода на договора.

#### Специална отстъпка

Предлагат се следните различни нива на специална отстъпка, в зависимост от дела от бюджета, инвестиран в реклама, закупена от НБГ:

Дял в НБГ 2014-2015	Отстъпка %
Поне две поредни години 50%	8%
Поне две поредни години 60%	10%
Поне две поредни години 70%	12%
Поне две поредни години над 75%	16%

Дял в НБГ 2013-2015	Отстъпка %
Поне три последователни години над 75%	По договаряне, но не повече от 20%

Двете форми на специална отстъпка са алтернативни. В случай че Рекламодателят отговаря на критериите за прилагане и на двете форми, прилага се избраната от него форма. Специалната отстъпка е валидна за рекламодатели с минимална нетна инвестиция за всяка от годините в размер на 50 000лв.

#### Преференциална отстъпка

Преференциалната отстъпка се предлага за рекламодатели в зависимост от:

- дела от бюджета, инвестиран в реклама, закупена от НБГ, както следва:

Дял в НБГ 2015	Отстъпка %
Минимум 50%	8%
Поне 60%	9%
Поне 70%	10%
Над 75%	Подлежи на договаряне, но не повече от 12%

- или от нетната инвестиция в каналите на НБГ при нивата, описани по-долу:

Нетна инвестиция 1 януари-31 декември 2015 /лв./	Отстъпка %
300 000 – 400 000	4%
400 001– 600 000	6%
600001 – 1 000 000	8%
1000001 - 2000000	10%
Над 2 000 001	Подлежи на договаряне, но не повече от 12%

Двете форми на преференциалната отстъпка са алтернативни. В случай че рекламодателят отговаря на критериите за прилагане и на двете форми, прилага се избраната от него.

С цел избягване на всякакво съмнение, при договаряне на преференциалната отстъпка за дял над 75% или за нетна инвестиция над 2,000,001



лв. (без ДДС), НБГ прилага еднакви критерии за сходни обеми.

### Отстъпка за подписано годишно споразумение до 31 януари 2015г.

НБГ предоставя допълнителна отстъпка в размер на 10% за рекламодатели, които подписват годишно споразумение в срок до 10 януари 2015г., запазвайки обема и дела от рекламния си бюджет от предходната година.

За рекламодатели, които имат увеличение на обема и дела си с минимум 10%, и подписват годишно споразумение с НБГ до 31 януари 2015г., отстъпката ще бъде в размер на 8%, а при запазване на параметрите от 2014г. и подписано споразумение до 31 януари 2015г. отстъпката ще бъде в размер на 5%.

### Пакетни отстъпки

#### - Стандартна пакетна отстъпка:

НБГ предоставя пакетна отстъпка съгласно определени критерии на планиране, включващи разпределение по часови пояси при определени нива на инвестиция.

Дял в прайм-тайм	Нетна инвестиция 1 януари-31 декември 2015 /лв./				
	До 300 000	До 600 000	До 1 000 000	До 1 500 000	над 1 500 001
40%	7%	8%	9%	10%	Подлежи на договаряне, но не повече от 10%
50%	6%	7%	8%	9%	
60%	5%	5%	5%	5%	6%
70%	2%	2%	3%	3%	4%

#### - Run by station (RBS)

RBS пакетите с гарантирана аудитория за Nova, Diema, Kino Nova, Diema Family, Discovery, TLC, Disney, Cartoon Network, Fox, National Geographic, Fox Crime, Fox Life и AXN се базират на стандартната годишна цена за рейтинг точка с до 5% отстъпка.

#### - Допълнителна пакетна отстъпка

НБГ предоставя допълнителна пакетна отстъпка към стандартната такава в размер до 10%, ако рекламодателят реши да закупи пакет от всички предлагани канали, без гарантиране на зрителска аудитория.

### - Комбинирана пакетна отстъпка за реклама в телевизия и интернет

НБГ предоставя следните алтернативни възможности за получаване на допълнителни отстъпки за комбинирана реклама в телевизионните канали, предлагани от НБГ, и уеб сайтовете от Групата:

- Рекламодатели, които гарантират ръст и реализация на нетния обем за digital display\* в сайтовете на Групата от минимум 30% получават отстъпка от 2% за телевизия.

*Отстъпката важи за рекламодатели с инвестиран през 2014г. в сайтовете на групата нетен бюджет от минимум 20 000лв.*

*\*В определението „digital display“ се включват всички форми на реклама в интернет платформата, с изключение на Video Ad Pack (iTRPs) моделът.*

- Рекламодатели, които гарантират, че минимум 10% над нетния им годишен бюджет за ТВ кампания в НБГ ще бъде инвестиран и реализиран в сайтовете на Групата, ще могат да получат допълнително до 5% за телевизия. Бюджетът се разпределя както следва: 70% в Digital display и 30% в iTRP/Video Ad Pack.

Споменатите по-горе два варианта на отстъпки са взаимно изключващи се и валидни за рекламодатели, чиято телевизионна и интернет инвестиция за digital display не е намалена през 2015г. спрямо 2014г.

Сайтовете на Групата могат да бъдат намерени в Приложение No:1, което е неразделна част от Рекламната тарифа на НБГ за 2015г.

Отстъпките в Рекламната тарифа се изчисляват сумарно.

### Алтернативни рекламни форми

Вид рекламен формат	Цена към 30" клип	Максимална дължина в секунди
2 x 7" спонсорски заставки	100%	14"
Спонсорско промо	50%	20"
2 x 5" шапки реклама	100%	10"
Премиум Спот	140%	30"
Брандиран кът-ин	50%	7"
Брандиран бъг	50%	7"

НБГ ценообразува алтернативните рекламни формати по начина, описан в таблицата по-горе, съобразно актуалната месечна тарифа за каналите Nova, Diema, Kino Nova, Diema Family, Disney, Cartoon Network, Discover, TLC и AXN. НБГ не гарантира рейтинг точки за алтернативните рекламни форми.

**Отстъпки за компании, включващи алтернативни рекламни формати в каналите Nova, Diema, Kino Nova, Diema Family, Disney, Cartoon Network, Discovery, TLC и AXN.**

#### Отстъпка за агенции

Всички агенции, които закупуват алтернативни рекламни форми в НБГ, получават 5% отстъпка от тарифата.

#### Отстъпка за обем

НБГ предлага обемна отстъпка на база нетния инвестиран бюджет за всяка отделна кампания на Рекламоателя (без ДДС) в алтернативни формати, както следва:

Нетна инвестиция на рекламоател 1 януари-31 декември 2015	Отстъпка за обем
До 30,000 лв.	25%
30,000-50,000 лв.	33%
50,001 - 100,000 лв.	40%
Над 100,001 лв.	48%

#### Комбинирана пакетна отстъпка

- НБГ предлага отстъпка в размер на 5%, в случай че кампанията е заявена за излъчване, освен в Nova, и в поне един от каналите Diema, Kino Nova, Diema Family, Nova Sport, Disney, Cartoon Network, Discovery, TLC и AXN.
- НБГ предлага отстъпка в размер на 10%, в случай че кампанията е заявена за излъчване в някой от следните канали: Diema, Kino Nova, Diema Family, Nova Sport, Disney, Cartoon Network, Discovery, TLC и AXN.

Двете комбинирани пакетни отстъпки са взаимноизключващи се.

#### Крайни срокове за подаване на заявки и рекламни клипове:

Ден	До	Начална дата на кампанията
понеделник	11:00 ч.	сряда
вторник	11:00 ч.	четвъртък
сряда	11:00 ч.	петък и събота
четвъртък	11:00 ч.	неделя и понеделник
петък	11:00 ч.	вторник

#### Допълнителни такси и надценки

1. Две реклами в един рекламен блок	прилага се 20% надценка върху втората реклама
2. Съвместни реклами /допълнителни търговски марки/	до 40% надценка
3. Фиксирана първа или последна позиция в рекламен блок	25% надценка
4. Фиксирана първа и последна позиция в рекламен блок	30% надценка към всеки клип
5. Фиксиран рекламен блок	15% надценка
6. Фиксиран рекламен блок и първа/последна позиция	40% надценка
7. Отмяна на заявени клипове за затворени дни	Заплащат се 100% от общата им нетна стойност
8. Заявяване на рекламна кампания в затворени дни (ако има възможност)	30% надценка върху всички планирани излъчвания през затворените дни
9. Закъснение при предоставяне на рекламни материали	Неустойка в размер на 500 лв. (без ДДС)
10. Некоректна дължина на клип за затворени дни*	Неустойка в размер на 500 лв. (без ДДС)

\*За некоректна дължина на клип се счита всяко отклонение от заявеното в медийния план.

Всички посочени по-горе инвестиции в реклама по договор с НБГ са без включено ДДС.

Рекламната тарифа на НБГ за 2015г. е одобрена за публикуване на 12.12.2014г., и подлежи на промяна с 20 дни предизвестие.



**Приложение No. 1 към Рекламна тарифа  
в сила от 1 януари 2015 г.**

Сайтовете, принадлежащи към Нова Броудкастинг Груп към датата на публикуване на Рекламната тарифа за 2015 г., са следните:

abv.bg; vbox7.com; vesti.bg; sinoptik.bg; gbg.bg; dariknews.bg; edna.bg; novatv.bg; gong.bg; play.novatv.bg; lex.bg; novanews.bg; pariteni.bg; carmarket.bg; vgames.bg; sravni.bg; album.bg; imoti.info; izgodniefert.bg; diema.bg; darikfinance.bg; vmusic.bg; sport.novatv.bg; vcards.bg; m.vbox7.com; m.abv.bg; m.sinoptik.bg; m.vesti.bg; m.edna.bg; m.gong.bg; m.dariknews.bg; diema.bg; Vbox7.com App; Sinoptik.bg App; Play.novatv.bg App;

Партньорски сайтове:

Grabo.bg; Bonapeti.bg; Eva.bg

Сайтове, в които НБГ предлага Video Ad Pack модела:

Video banner:

abv.bg; vbox7.com; vesti.bg; sinoptik.bg; gbg.bg; dariknews.bg; edna.bg; novatv.bg; gong.bg; lex.bg; novanews.bg; pariteni.bg; carmarket.bg; vgames.bg; sravni.bg; album.bg; imoti.info; izgodniefert.bg; diema.bg; darikfinance.bg; vmusic.bg; sport.novatv.bg; vcards.bg;

Pre rolls:

Vbox7.com, m.vbox7.com, Vesti.bg, Novanews.bg, Novatv.bg, Dariknews.bg, Gong.bg, Sinoptik.bg

НБГ си запазва правото да прави промени в списъка със сайтове с 10 дни предизвестие, публикувано на корпоративния сайт на Групата.