

# PRODAJNA POLITIKA ZA SPLETNO OGLAŠEVANJE

# KAZALO

1.	<u>UVOD</u>	4
2.	<u>SPLOŠNI POGOJI OGLAŠEVANJA</u>	5
3.	<u>CENIK OGLAŠEVANJA IN OSTALI PARAMETRI ZAKUPA</u>	8
4.	<u>KREATIVNE OBLIKE OGLAŠEVANJA</u>	12
5.	<u>VSEBINSKI IN TEHNIČNI POGOJI</u>	13
6.	<u>PLAČILNI POGOJI</u>	14
7.	<u>NEIZPOLNITEV POGODBENIH OBVEZNOSTI</u>	15
8.	<u>SPLOŠNE DOLOČBE</u>	16

Prodajna politika ureja naročanje oglaševanja na spletnih portalih PRO PLUS-a (24ur.com, Okusno.je, Zadovoljna.si, Vizita.si, Moskisvet.com, Bibaleze.si, Dominvrt.si, Cekin.si, Caszazemljo.si).

# 1. UVOD

## PRO PLUS - VODILNA MEDIJSKA HIŠA

PRO PLUS je vodilna medijska hiša v Sloveniji. Na televizijskem področju ustvarja najbolj gledana programa POP TV in Kanal A ter tematske televizijske programe BRIO, KINO, OTO in Astra. Pomembno vlogo igra tudi na digitalnem področju z najbolj obiskano spletno stranjo 24ur.com, z osmimi tematskimi spletnimi portali ter prvo slovensko videoteko na zahtevo VOYO.

## 2. SPLOŠNI POGOJI OGLAŠEVANJA

- Oglasni prostor se trži skladno s ponodbami za oglaševanje na spletnih portalih.
- Časovna omejenost veljavnosti ponudbe je 14 dni, razen če je dogovorjeno drugače.
- Naročila objav sprejemamo po elektronski pošti.
- Vsi medijski plani morajo biti pred prvim predvajanjem potrjeni z originalno naročilnico.
- Na naročilnici morajo biti navedeni vsi potrebni podatki, ki so definirani v prilogi 2 na strani 18.
- PRO PLUS pošlje naročniku po elektronski pošti v podpis potrditve, ki vsebujejo informacijo o naboru in številu oglasnih formatov ter o ceni, ki bo zaračunana ob zaključku kampanje.
- Podano naročilo za sodelovanje pri posebnih projektih lastne produkcije je zavezujoče in ga ni mogoče preklicati.

## 2.1. SPLOŠNI POGOJI OGLAŠEVANJA

- Preklic naročila, kadar je dopusten, je možen **najmanj 2 delovna dni** pred objavo oglasne kampanje. V primeru preklica **1 delovnega dneva** pred objavo kampanje ima PRO PLUS pravico zaračunati 50 % vrednosti storniranega naročila. V kolikor se prekliče **isti dan, kot je dogovorjen začetek** kampanje ali **tekom kampanje**, pa lahko PRO PLUS v celoti zaračuna stornirano naročilo.

PREKLIC NAROČILA	ODSTOTEK ZARAČUNANE VREDNOSTI PREKLICANEGA NAROČILA
2 delovna dneva	0%
1 delovni dan	50%
na dan začetka / tekom kampanje	100%

- Delovni dan se šteje vsak delovnik od 8:00 do 16:00 ure.
- Rok za dostavo izdelanih pasic je **najmanj 2 delovna dneva** pred objavo.
- Dostava materialov za oglasni prevzem, portret ter druge zahtevnejše oglasne formate in posebne projekte je **5 delovnih dni pred objavo**. V primeru neupoštevanja rokov za dostavo materialov ima PRO PLUS pravico zamakniti začetek objave kampanje na kasnejši datum.
- Pri PR člankih in integriranih objavah dan objave odvisen od zasedenosti oglasnega prostora. Rok za dostavo PR članka je **najmanj 2 delovna dni pred objavo do 12:00**. Pri naročilih integrirane objave pa mora oglaševalec upoštevati roke, ki so specificirani v navodilih za pripravo.

## 2.2. SPLOŠNI POGOJI OGLAŠEVANJA

- PRO PLUS ne sprejema naročil za neznane naročnike in ne daje pogojev zakupa v primeru, da naročnik ni jasno definiran. Naročnik ne more dodeliti izpogajanih pogojev zakupa in/ali oglasnega časa/prostora tretji stranki.
- Ponudbe za posebne kreativne oblike sodelovanja in zakup kreativnih oblik oglaševanja niso predmet zakupa po ceniku za klasično oglaševanje, zanje pa lahko PRO PLUS pripravi ad hoc ponudbo s posebno ceno.
- Pri določanju pogojev vedno velja načelo enakega obravnavanja naročnikov.
- PRO PLUS lahko spremeni pogoje objavljene prodajne politike ali cene posameznih terminov. Novi pogoji pričnejo veljati 14 dni po objavi.
- Prepovedano je dogovarjanje o deležih oglaševanja pri sklepanju poslov z oglaševalci in agencijami.
- Morebitna enostranska navedba oglaševalca in agencije o tem, kolikšen delež predstavlja nameravana investicija v oglaševanje na PRO PLUS, nima vpliva na določitev popusta in ostale pogoje oglaševanja.
- Višina popustov za posameznega naročnika mora biti ekonomsko upravičena in temeljiti na ugotovljivih kriterijih.
- Kadar agencija sodeluje v natečaju za zakup oglaševanja, kjer zastopa potencialnega naročnika, PRO PLUS ni dolžan dati pogojev za zakup iz razloga, da ne bi razkril trenutnih pogojev naročnika.

# 3. CENIK OGLAŠEVANJA IN OSTALI PARAMETRI ZAKUPA

- Cenik oglaševanja je cenik, ki določa ceno zakupa na PRO PLUS portalih in je objavljen na spletni strani PRO PLUS-a. Cene oglaševanja so v evrih in ne vsebujejo DDV.
- Pri oglaševanju več kot dveh različnih podjetij ali več kot dveh različnih izdelkov oziroma storitev v okviru enega oglasa PRO PLUS zaračuna do dodatnih 70 % pribitka na celotno vrednost oglaševalske kampanje. Omenjeni pribitek na ceno velja tudi, ko oglaševalec v oglasih navaja družabna omrežja, kot so na primer Facebook, YouTube, Twitter, Instagram in podobno. Oglaševalec mora o tem obvestiti PRO PLUS, ki mora vsebino tovrstnega oglasa odobriti, v nasprotnem primeru lahko PRO PLUS predvajanje oglasa kadarkoli zavrne, tudi v primeru, ko se je kampanja že začela predvajati.
- Višino pribitka se v primeru tovrstnih oglasov določi na podlagi sledečih parametrov: število, obseg in zvrst oglaševalcev, izdelkov in storitev, ki se pojavljajo v posameznem oglasu; dolžina in velikost pojavljanja posameznega izdelka ali storitve oglaševalca znotraj oglasa; upoštevajo pa se tudi vsi ostali oglaševalski parametri, določeni v prodajni politiki pod točko 3.1.
- PRO PLUS bo glede na obvestilo naročnika in zgoraj določene parametre naročniku oglaševanja posredoval ponudbo in ceno, naročnik pa se sam odloči ali želi v tem primeru tak oglas predvajati; torej sprejme ponudbo, zavrne ponudbo in iz svojega oglasa odstrani tretje oglaševane produkte ali storitve.



# 3.1. POSEBNI POPUSTI

- Barter dogovore z drugimi medijskimi hišami se obravnava ločeno od ostalih dogovorov. Popust se določi na podlagi dvostranskega dogovora z drugo medijsko hišo.
- PRO PLUS lahko upošteva posebne okoliščine zakupa in v posameznih primerih dodatno stimulira pogoje zakupa.
- Na dogovor o zakupu med oglaševalcem in PRO PLUS-om, ki je individualen in z določenimi omejitvami, lahko vplivajo tudi drugi parametri, kot so:
  - trajanje in termin oglaševanja (sezonsko / izvensezonsko oglaševanje),
  - vsebina oglaševalske kampanje (PRO PLUS podpira lansiranja novih izdelkov in storitev na trgu, dobrodelne akcije ter akcije, ki pripomorejo k ohranjanju okolja, kulturne in družbene dobrobiti),
  - kompleksnost oglaševalske kampanje,
  - koliko časa prej oglaševalec naroči oglaševalsko kampanjo (predčasno in dolgoročno naročanje oglaševanja je zaželeno in prinaša ugodnosti pri zakupu oglasnega prostora),

# 3.1. POSEBNI POPUSTI

- fleksibilnost oglaševalca pri dostavi kampanj (ali se manjko prikazov na enem portalu lahko nadomešča z drugimi portali; ali lahko PRO PLUS v celoti izvaja planiranje oglasov; ali ima oglaševalec zahteve za omejitve prikazovanja oglasov)
  - zgodovina poslovanja z naročnikom in izpolnjevanje dogovorov v preteklosti,
  - finančni dejavniki in tip naročnika (PRO PLUS upošteva dejstvo, da je oglaševalec tudi potencial za oglaševanje tudi v drugih državah regije, ali gre za novega naročnika, za agencijo ali direktnega naročnika),
  - ali oglaševalec oglašuje tudi na TV kanalih PRO PLUS-a,
  - ali je oglaševalec partner PRO PLUS-a tudi na drugih področjih poslovnega sodelovanja (dobavitelj, ...).
- PRO PLUS dodatno stimulira nove kreativne oblike oglaševanja, ki se razlikujejo od klasičnega oglaševanja s pasicami.
  - Na končno ceno zakupa lahko vplivajo dodatne oglaševalske akcije, ki niso vnaprej dogovorjene oziroma se pojavijo naknadno nad dogovorjeno investicijo.

## 3.2. DODANA VREDNOST

- Izračun dodane vrednosti:

Proračun				Dodana vrednost
od	0 €	do	499 €	50%
od	500 €	do	1.499 €	67%
od	1.500 €	do	2.499 €	75%
od	2.500 €	do	4.999 €	82%
od	5.000 €	do	9.999 €	95%
od	10.000 €	do	19.999 €	111%
od	20.000 €	do	29.999 €	131%
od	30.000 €	do	39.999 €	146%
od	40.000 €	do	49.999 €	163%
od	50.000 €	do	59.999 €	182%
od	60.000 €	do	69.999 €	204%
od	70.000 €	do	79.999 €	232%
od	80.000 €	do	89.999 €	269%
od	90.000 €	do	99.999 €	297%
nad	100.000 €			320%

- Dodana vrednost velja za posamezni razred proračuna navedenega v tabeli za katerega se je oglaševalec zavezal za določeno pogodbeno obdobje. Izračun cene se izvede na osnovi lestvice rasti (inkrementa). V kolikor oglaševalec prekorači proračun pred iztekom danega pogodbenega obdobja, preide na novo dodano vrednost glede na nov razred proračuna. Zakup po novi dodani vrednosti začne veljati od prekoračitve naprej in ne vključuje poročila za nazaj.

# 4. KREATIVNE OBLIKE OGLAŠEVANJA

## SPONZORSTVO PORTALA

- PRO PLUS lahko proda sponzorstvo enega portala tudi več so-sponsorjem, v kolikor ne oglašujejo enakih izdelčnih skupin.
- Sponzor določenega portala ne sme vplivati na vsebino portala na način, da bi to posegalo v odgovornost in uredniško neodvisnost PRO PLUS-a.

## PROMOCIJSKO UMEŠČANJE IZDELKOV V VIDEE

- Promocijsko umeščanje izdelkov ali storitev v videe je stvar dogovora med naročnikom in PRO PLUS-om pred začetkom snemanja videev. Naročnik potrdi dogovor o promocijskemu umeščanju pred začetkom snemanja in ga kasneje ne more več preklicati oziroma mora v tem primeru plačati celotne stroške produkcije.

# 5. VSEBINSKI IN TEHNIČNI POGOJI

- Oglasni formati morajo biti tehnično pripravljene in poslani v skladu z navodili za pripravo oglasnih materialov, ki so objavljena na spletni strani PRO PLUS-a <https://www.24ur.com/s/vTs3Yg>.
- Oglaševalec je v celoti odgovoren za vsebino oglasa in za resničnost navedb in bo ponudnika branil pred vsemi morebitnimi zahtevki ne glede na njihovo naravo, ki jih tretje osebe vložijo zoper PRO PLUS v zvezi z oglasi in njihovim prikazovanjem, zlasti pred zahtevki v skladu z Zakonom o medijih, Zakonom o AV medijskih storitvah, predpisov s področja varstva potrošnikov, varstva konkurence, varovanja avtorskih in sorodnih pravic ter ostalimi zahtevki, ki bi jih ponudnik utrpel v zvezi z zahtevki tretjih oseb.
- Oglaševalec zagotavlja, da so oglaševalske vsebine skladne z določili Slovenskega oglaševalskega kodeksa ter z veljavnim Zakonom o medijih in Zakonom o avdiovizualnih medijskih storitvah.
- Ob sklenitvi katerega koli naročila oglaševalec izjavlja in zagotavlja, da je sklenil ustrezne licenčne in druge pogodbe z imetniki avtorskih in sorodnih pravic ter da ima pravico uporabiti avtorsko zaščitena dela v oglasih, kar vključuje tudi pravico do njihove uporabe za namene priobčitve javnosti na spletnih portalih PRO PLUSA, in da je poravnal vse stroške takšnih pravic uporabe. V primeru, da sta naročnik in oglaševalec različna subjekta, sta v zvezi z zgoraj navedenimi obveznostmi v odnosu do PRO PLUS-a solidarno odgovorna.
- Oglaševalec je dolžan opozoriti PRO PLUS pred rokom za oddajo materialov in naročilnice, da se na oglasu pojavljajo eden ali več dodatnih oglaševalcev.

# 6. PLAČILNI POGOJI

- PRO PLUS bo naročniku ali agenciji izstavil in dostavil račun za plačilo cene oglaševanja, ki zapade v plačilo najkasneje v 8-ih delovnih dneh po zadnjem predvajanju oglaševanja ali po vsakokratnem mesečnem naročilu.
- Rok za plačilo računa je 8 delovnih dni od datuma računa razen, če z oglaševalcem ali agencijo ni dogovorjeno drugače.
- Za vse nove naročnike je obvezno predplačilo oglaševanja pred prvim predvajanjem (predvidoma 3 dni). Novi naročnik je stranka, ki v zadnjem letu (365 dneh) ni naročila oglaševanja pri PRO PLUS-u. Naročilo brez predplačila mora biti odobreno s strani direktorja financ in direktorja trženja.
- Če je oglaševalec v zamudi s plačilom zapadlega računa za oglaševanje oziroma z izpolnitvijo kakršne koli druge zapadle finančne obveznosti, bo PRO PLUS uveljavljal zakonske zamudne obresti za vsak dan zamude, lahko pa zavrne tudi predvajanje katerega koli oglaševanja, ki ga je oglaševalec zakupil, dokler ne poravna vseh neplačanih in zapadlih dolgov.

# 7. NEIZPOLNITEV POGODBENIH OBVEZNOSTI

- Če je PRO PLUS po lastni krivdi predvajal napačen oglas oglaševalca, naročnik pa je oddal oglas v skladu s splošnimi pogoji in dal jasna navodila, kateri oglas je primeren za oglaševanje, ima naročnik pravico zahtevati brezplačno predvajanje pravih oglasov. Znesek naročene akcije ostane nespremenjen.
- V primeru neizpolnitve dogovorjenega proračuna naročnika se naredi poračun v skladu s pripadajočim razredom ter ob upoštevanju vseh dodatnih pribitkov in popustov v skladu s prodajno politiko. Vsi naročniki morajo biti v primeru neizpolnitve dogovorjenega proračuna obravnavani enako.

# 8. SPLOŠNE DOLOČBE

- Vsi dogovori med agencijo, naročnikom in PRO PLUS-om so zaupni podatki, katerih nepooblaščno razkritje se rešuje v skladu s predpisi Republike Slovenije. V primeru nepooblaščenega razkritja zaupnih podatkov, lahko stranka, ki je utrpela materialno ali nematerialno škodo, le-to zahteva od stranke, ki je za nastanek škode odgovorna.
- PRO PLUS sprejema reklamacije največ 8 dni po predvajanju oglasa, na katerega se reklamacija nanaša. Po preteku tega roka PRO PLUS reklamacij ni dolžan upoštevati.
- Naročnik lahko zavrne izdani račun najpozneje v 8-ih dneh po izstavitvi računa, in sicer v pisni obliki s podrobno navedbo razlogov skupaj z vrnitvijo originalnega računa. Po preteku tega roka PRO PLUS zavrnitve računa ni dolžan upoštevati.
- Morebitni spori se rešujejo na stvarno in krajevno pristojnem sodišču v Republiki Sloveniji.



# PRILOGA 1: PONUDBA ZA ZAKUP

## PONUDBA ZA ZAKUP OGLASNEGA PROSTORA NA PORTALIH PRO PLUS-a

Na ponudbi morajo biti navedeni naslednji podatki:

- ime naročnika, oglaševalca, produkta in oglaševalske akcije,
- obdobje trajanja oglaševanja,
- vrednost oglaševanja v tem obdobju,
- datum in rok veljavnosti ponudbe,
- seznam in število zakupljenih oglasnih formatov,
- ime portala, kjer se bodo posamezni oglasni formati prikazovali,
- morebitne druge priloge z dodatnimi dogovorjenimi pogoji za zakup.

# PRIMER PONUDBE

## FINANČNA PONUDBA

AGENCIJA:  
NAROČNIK:  
PRODUKT:

OBDOBJE:

FORMAT	SPLETNO MESTO	CENA NA 1.000 PRIKAZOV	ŠTEVILO PRIKAZOV	SKUPNA VREDNOST	BRUTO CENA
DESKTOP IN MOBILNO OGLAŠEVANJE					
ProAd native	PRO PLUS portali	0,30 €/klik	2.000	600 €	
Pasica 300x250 px	PRO PLUS portali	9 €	100.000	900 €	
<b>SKUPAJ</b>				<b>1.500 €</b>	<b>1.500 €</b>

PROPLUS

PROPLUS 24H ONLINE ZADOVOLJIVOSTI VIZI+&.SI Cekin.si BIBALEZE.si Dom in Vrt.si MOŠKISVET.si moji katalogi časzazemlja

# PRILOGA 2: NAROČILNICA ZA ZAKUP

## NAROČILNICA ZA ZAKUP OGLASNEGA PROSTORA NA PROGRAMIH PRO PLUS-a

Na naročilnici morajo biti navedeni naslednji podatki:

- oglaševalec
- zakupnik
- obdobje zakupa
- datum naročila
- podpis ali uradni žig zakupnika
- vrednost oglaševanja naročene oglaševalske akcije
- medij zakupa (ime spletne strani)
- številka naročilnice
- naslov, uradni naziv, kontaktni podatki zakupnika
- blagovna znamka
- ime oglaševalske akcije

V primeru, da na naročilnici ni navedenih nekaterih zgoraj naštetih podatkov, mora le-ta še vedno na jasn in nedvoumen način sporočiti vse osnovne parametre potrebne za izvedbo naročila.

# PRIMER NAROČILNICE

Prejemnik  
ProPlus d.o.o.  
Kranjčeva ulica 26, Ljubljana, 1000 Ljubljana  
SI-1000 Ljubljana

**ID za DDV**

Datum 8.03.2021  
Plačilni rok Pogodbeno dogovorjeno

Odgovorna oseba

## Naročilnica **TM-158**

Naročilo na osnovi sklenjene pogodbe o sodelovanju.

Ident	Naziv	Bruto vrednost	Popust	Cena	R. %	Vrednost
	<a href="http://www.24ur.com">www.24ur.com</a>		17%			

Skupaj EUR (brez DDV)

**NAROČNIK:**

**BLAGOVNA ZNAMKA:**

DATUM OBJAVE: 29.03.2021

**MESTO OBJAVE:**

[WWW.24UR.COM](http://WWW.24UR.COM)

**DIMENZIJE OGLASA:**

Računu za objave v tisku je nujno potrebno priložiti dokazni izvod, sicer agencija računa ni dolžna sprejeti.  
Na računu je obvezno potrebno navesti številko naročilnice.

Prosimo vas, da naročilnico takoj po prejemu pregledate ter še pred objavo sporočite, če se z naročilom ne strinjate.  
Kasnejših reklamacij ne bomo mogli upoštevati.

- Direktor trženja : Aleš Muhič
- Generalna direktorica: Styliani Litou