



Na osnovu člana 74a stav 1 Zakona o elektronskim medijima ("Službeni list Crne Gore", br. 046/10, 040/11, 053/11, 006/13, 055/16, 092/17, 082/20) u vezi člana 31 tačka 21 Statuta Lokalnog javnog emitera Radio Bar d.o.o. (u daljem tekstu Radio Bar), Savjet Radio Bara, na predlog direktorice Radio Bara, na sjednici održanoj dana 27.10.2020 godine, donio je

PRAVILNIK O OGLAŠAVANJU I SPONZORSTVU U PROGRAMIMA RADIO BARA I NA PORTALU BAR INFO

OSNOVNE ODREDBE

Član 1

Pravilnikom o oglašavanju i sponzorstvu u programima Radio Bara i na portalu Bar Info (u daljem tekstu: Pravilnik) propisuju se standardi oglašavanja, uslovi i kvote za oglašavanje i sponzorstvo u programima Radio Bara, u skladu sa Zakonom o elektronskim medijima, Zakonom o medijima i drugim pozitivnopravnim domaćim i međunarodnim dokumentima.

Član 2

Radio Bar u pružanju usluga oglašavanja i sponzorstva u programima Radio Bara primjenjuje Pravilnik o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama koji je donio Savjet Agencije za elektronske medije ("Službeni list Crne Gore", br. 36/11) i važeći Cjenovnik marketing usluga Radio Bara i portala Bar Info (u daljem tekstu: Cjenovnik).

Član 3

Sastavni dio Pravilnika je Obrazac o oglašavanju u skladu sa Pravilnikom o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. List Crne Gore" br. 36/11).

Naručilac je dužan da Službi marketinga Radio Bara koja emituje oglas, uz oglas dostavi i popunjeni obrazac o oglašavanju koji sadrži podatke o:

- naručiocu (ime i sjedište, broj pod kojim je registrovan za obavljanje djelatnosti, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte i mjesto izdavanja lične karte odgovog lica;
- proizvođaču oglasa (ime i sjedište, broj pod kojim je registrovan u odgovarajućem registru za obavljanje djelatnosti proizvodnje oglasa, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj broj lične karte i mjesto izdavanja lične karte odgovornog lica);

- oglašivaču (ime i sjedište, broj pod kojim je registrovan za obavljanje djelatnosti u okviru koje je predmet oglašavanja, odnosno ime i prezime, adresa stanovanja, matični broj, broj lične karte imjesto izdavanja lične karte odgovornog lica) i
- oglasu (tekst, trajanje, autor teksta, muzike, fotografije, ilustracije, dizajna, reditelj, snimatelj slike ili zvuka, izvođač čiji se lik ili glas koristi u oglasnoj poruci, kao i podaci o drugim autorima u smislu posebnog propisa o zaštiti autorskog i srodnih prava).

Ako naručilac uz oglas ne dostavi obrazac iz stava 1 ovog člana ili ako dostavljeni obrazac ne sadrži podatke iz stava 2 ovog člana, Služba marketinga oglas neće emitovati.

Služba marketinga Radio Bara je dužna da Agenciji za elektronske medije, na njen zahtjev, dostavi kopiju popunjenog obrasca o oglašavanju.

Služba marketinga Radio Bara je dužna da, uz obrazloženje, odbije zahtjev za oglašavanje ukoliko sadržaj oglasa nije u skladu sa zakonom i ovim pravilnikom.

Služba marketinga Radio Bara je dužna da prikupljanje, čuvanje i raspolaganje ličnim podacima organizuje i sprovodi u skladu sa posebnim zakonom kojim je regulisana zaštita podataka o ličnosti.

Član 4

U programima Radio Bara nije dozvoljena politička propaganda osim u vrijeme predizborne kampanje.

OPŠTI USLOVI UGOVARANJA

USLOVI NARUČIVANJA, UGOVARANJA I PLAĆANJA

Član 5

Narudžbe za emitovanje reklamnog materijala dostavljaju se na zahtjevu (dispoziciji) koji sadrži: naziv naručioca, naziv proizvoda, naziv i trajanje spota, dan, datum i vrijeme emitovanja i naziv programa u okviru kojeg se promotivna poruka emituje.

Narudžbe za emitovanje se primaju najkasnije 24 sata (radnim danima) prije emitovanja.

Radio Bar je dužan da čuva snimak emitovanog oglasa najmanje 30 dana od dana njegovog emitovanja.

Naručilac je u obavezi da prije potpisivanja ugovora dostavi službi marketinga OBRAZAC koji sadrži podatke o naručiocu reklame za pravno ili fizičko lice.

Naknada za marketinške usluge plaća se u roku od 15 dana od dana ispostavljanja fakture.

Za mjesečne naloge po osnovu godišnjih ugovora, faktura se izdaje po isteku tekućeg mjeseca.

Ukoliko naručilac odustane od sklopljenog ugovora, dužan je Radio Baru nadoknaditi štetu u visini 10% od ukupne vrijednosti ugovora.

Rok za prigovor na ispostavljenu fakturu je 10 dana od dana njenog prijema .

Šema radio programa je osnova za utvrđivanje dispozicije. Radio Bar zadržava pravo da, ukoliko to programski ili tehnički razlozi zahtijevaju, emituje reklamni materijal van dogovorenih termina, o čemu je obavezna obavijestiti klijenta.

Naručilac je obavezan da na zahtjev Radio Bar izda instrumente obezbjeđenja plaćanja.

Vrijeme emitovanja reklame određuje se prema terminu početka emisije.

Rok za prigovor na emitovanje reklamnog materijala je 10 dana.

Radio Bar nije u obavezi da emituje reklamne materijale ukoliko ne odgovaraju programskim i tehničkim standardima ili je emitovanje suprotno zakonskim propisima, kao i ako se naručilac ne pridržava odredbi ugovora.

Kada je program sponzorisan u cijelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, džinglom, logotipom ili nekim drugim simbolom sponzora na početku i na kraju programskog sadržaja.

Opšti uslovi ovog Pravilnika sastavni su dio ugovora o oglašavanju.

Za avansno plaćanje odobrava se popust na ukupnu, unaprijed plaćenu vrijednost usluge. Popust na avansnu uplatu može da bude od 1,5% - 3% u zavisnosti od iznosa uplate i vremenskog perioda na koji se uplata vrši.

Popusti za avansne uplate (neto iznos) iznose:

- od 500-1.000 € 1,5%
- od 1.000-3.000 € 2%
- od 3.000-5.000 € 2,5%
- od 5.000-1.0000 € 3%

U slučaju kada oglašivač ne izmiri prethodna dugovanja, Radio Bar može odbiti nalog za emitovanje.

KOREKCIJE CIJENA

Član 6

Za premium pozicije (prvi i posljednji u bloku) cijena se uvećava za 20% ;

Za poziciju drugi ili pretposlednji u bloku, cijena se uvećava za 10% ;

Za ekskluzivnost u reklamnom bloku u odnosu na konkurentske proizvode i usluge, cijena se uvećava za 100%. Ekskluzivnost ne podrazumijeva i izbor pozicije.

Break bumper, kao i solo sjeća gdje je moguće, obračunavaju se + 30 % dodatnih na cijenu sekunde u određenom terminu.

Voditeljska - spikerska najava je kratki PR sadržaj naručioca u maksimalnom trajanju do 40 sekundi.

Nagradna igra -komitent zainteresovan za ovaj vid reklamiranja dužan je da Radio Baru dostavi sve potrebne informacije, na osnovu kojih će se nagradna igra realizovati, kao i spisak predviđenih nagrada.

Reportaža je sažeti reklamni izvještaj u minimalnom trajanju od pet minuta, koji se može emitovati u slobodnim terminima, shodno proramskoj šemi.

Ukoliko postoji prostor za emitovanje reportaže u prime time-u (12:30–16:30), emitovanje će se obračunavati po cijeni jedne sekunde u istom terminu, sa popustom shodno važećem Cjenovniku.

Gostovanje (razgovor u studiju), minimalno može trajati 5 (pet) minuta.

Cijene oglašavanja za posebne sportske događaje mogu se utvrđivati posebnim cjenovnikom ili kroz oblike sponzorskih ponuda. Posebni cjenovnici se mogu kreirati i za ostale programske forme, ukoliko to procijeni rukovodilac marketinga.

Uz posebne forme sponzorstva, mogu se kreirati i ponude za radio i portal i na taj način uvezati oba medija.

Na portalu se PR tekstovi posebno označavaju naznakom - zakupljeni prostor i mogu biti ilustrovani najviše sa četiri fotografije dogovorenih dimenzija i kvaliteta.

Baneri na portalu se naručuju u najkraćem tehničkom roku, a postavka može trajati najmanje 15 dana.

DIREKTNI KLIJENTI/OGLAŠIVAČI

Član 7

Klijent/oglašivač shodno visini budžeta, stiče pravo na količinski popust definisan skalom shodno važećem Cjenovniku.

Oglašivač ostvaruje pravo na dodatni popust zbrajanjem realizovanog neto budžeta tokom tekuće kalendarske godine.

Ukoliko je oglašivač u prethodnoj kalendarskoj godini realizovao neto budžet u iznosu preko 5.000 € prilikom ugovaranja uslova za tekuću godinu stiče pravo na stimulatívni (startni) popust u visini od 10% .

Oglašivač koji se nije oglašavao na Radio Baru u prethodnih godinu dana, osim na pripadajući količinski popust ima pravo i na stimulatívni popust od 5%.

Direktni klijent može dobiti popust na sponzorstvo ili posebne ponude u visini od 10%.

POSEBNI POPUSTI

Član 8

Pozorištima, muzejima, umjetničkim galerijama, izdavačima knjiga, organizatorima koncerata, kulturnih i sportskih događaja, domaćoj kinematografiji, filmskim distributerima, novinskim izdanjima, turističkim organizacijama i zajednicama, zdravstvenim i prosvjetnim institucijama i ustanovama, nevladinim organizacijama i drugim organizacijama civilnog društva, javnim i državnim institucijama za akcije od javnog interesa i za ekološke akcije, može se odobriti popust 60%, ukoliko je u skladu sa programsko-marketingškim mogućnostima Radio Bara.

Popust iz stava 1 ovog člana isključuje sve ostale popuste;

Za humanitarne akcije i druge akcije od javnog interesa koje su neprofitnog karaktera, mogu se odobriti besplatna emitovanja u skladu sa marketingškim mogućnostima Radio Bara, a na osnovu odobrenja direktorice Radio Bara.

Maksimum trajanja besplatnog emitovanja promotivnog spota akcije/kampanje od javnog interesa je 21 dan, računajući od dana početka emitovanja predmetne kampanje, a shodno njenom važenju, roku ili bitnosti.

Spot akcije/kampanje od javnog interesa može trajati do 40 sekundi, a može se emitovati tri puta na dnevnom nivou od čega jedno emitovanje može da bude u prime time-u, a sve u dogovoru sa rukovodiocem sektora za marketing koji će napraviti procjenu u zavisnosti od popunjenosti reklamnih blokova.

Besplatna emitovanja za kampanje od javnog interesa ili humanitarnog značaja po podnošenju inicijativi od strane organizacije predlaže rukovodilac sektora za marketing direktorici koji daje svoje odobrenje.

AGENCIJE

Član 9

Agencija mora biti registrovana za obavljanje marketinških djelatnosti.

Popusti na Agencije, obračunavaju se sukcesivno. Na ugovoreni budžet preko 2.000 €, Agencija dobija stimulatívni-dodatni popust u visini od 10%.

Ukoliko se na kraju ugovorne ili kalendarske godine utvrdi da agencija nije ostvarila ugovoreni neto budžet, Radio Bar će izvršiti dofaktorizaciju na neto realizovani budžet po skali definisanoj u Cjenovniku. Dofaktorizacija će se izvršiti na kraju ugovorne ili kalendarske godine, kada se usaglasé izvodi otvorenih stavki i utvrdi potrošnja od strane agencije.

Ukoliko se na kraju ugovorne ili kalendarske godine utvrdi da je agencija ostvarila veći neto budžet od ugovorenog, Radio Bar će odobriti bonus, koji će se obračunati na neto realizovani budžet po skali definisanoj u Cjenovniku. Bonusi se odobravaju na kraju ugovorne ili kalendarske godine, kada se usaglasé izvodi otvorenih stavki i utvrdi potrošnja od strane agencije, a realizuju se kroz knjižna odobrenja.

Agencija može dobiti popust na sponzorstva i posebne ponude u visini od 10 %.

Agencija ne dobija popust na PR (gostovanja, reportaže, voditeljske najave, nagradne igre).

Agencija za svoje klijente može dobiti 3 (tri) PR gostovanja ili reportaže do 5 minuta na godišnjem nivou.

Agencija je dužna da na vrijeme dostavlja marketinške dispozicije/naloge, kao i da samostalno sprovodi media planiranje.

Ukoliko reklamni materijal koji je dostavljen od strane Agencije ne odgovara programskom standardu Radio Bara, Radio Bar nije u obavezi da isti emituje.

Radio Bar je dužan da u pismenoj formi obavjesti Agenciju oko nemogućnosti emitovanja spornog reklamnog spota.

Programska šema Radio Bara je osnov za utvrđivanje dispozicija.

OSTALI USLOVI

Član 10

Radio Bar pod jednakim uslovima garantuje ravnopravan status svih oglašivača;

Sadržaj svih marketinških ugovora predstavlja poslovnu tajnu, kao i svi podaci koje su ugovorene strane razmijenile prilikom sklapanja ugovora, osim u slučaju postojanja zakonske obaveze;

Radio Bar nije dužna emitovati reklamni materijal naručioca u slučajevima:

- a) ako materijal ne odgovara programskim i tehničkim standardima (tehnička ispravnost, standard, format) i zakonskim propisima;
- b) ako se u terminu predviđenom za emitovanje reklamnih poruka emituje ili prenosi neka druga emisija od javnog ili državnog interesa;
- c) ako se naručilac ne pridržava ugovora koji je sklopio sa Radio Barom;
- d) ako naručilac, na zahtjev Radio Bara nije dostavio dokaz da su uređena autorska i druga prava;
- e) ako sadržaj reklamne poruke nije u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima, opštim aktima ili usvojenom programskom usmjerenju Radio Bara.

Radio Bar zadržava pravo na izmjenu programske šeme;

U slučaju spora, nadležan je sud u Podgorici.

PRELAZNE I ZAVRŠNE ODREDBE

Član 11

Izmjene i dopune ovog Pravilnika vrše se na način i po postupku koji važi za njegovo donošenje.

Član 12

Danom početka primjene ovog Pravilnika, prestaje da važi prethodna dokumenta koja se odnose na oglašavanje i sponzorstvu u programima Radio Bara i na portalu Bar Info.

Član 13

Ovaj Pravilnik stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja na web-sajtu Radio Bara.

SAVJET RADIO BARA

PREDSJEDNICA

Nina Planinić

