



# PARIM SELTSKOND!

TV3, 3+ ja TV6 hinnakiri

Kehtib 1. jaanuarist 2011





## Definitsioon

TV3, 3+ ja TV6 (edaspidi „KANAL“) hinnakiri defineerib reklaamide esitamise erinevad võimalused ja hinnad.

### 1. Garanteeritud vaatajakontaktidega reklaamkampania ehk Run By Station (RBS).

Garanteeritud vaatajakontaktidega reklaamkampania ehk Run By Station tähendab, et KANAL koostab reklaamkampania meediaplaani lähtuvalt igakuisest *bundlingu* jaotusest ja kliendi poolt etteantud tingimustest:

- reklaamikampania nimi
- toote või brändi nimi
- sihtrühm
- kampania periood
- klipi pikkus
- TRP kogus
- TRP jaotus ajatsoonide lõikes
- kampania eelarve (+ km 20%)

KANAL edastab kliendile tööpäeva jooksul alates tellimuse saabumisest reklaamkampaania raamplaani. Garanteerimaks kliendile kampaania vaatajakontaktide arvu sihtrühmas, on KANAL'il õigus kampaania jooksul teha muudatusi reklaamkampaania raamplaanis 20% ulatuses raamplaani esitluste arvust. KANAL ei võta omale vastutust klippide koguarvu või nende paiknemise eest erinevate saadete reklaamblokis. Pärast reklaamkampaania lõppu esitab KANAL kliendile aruande tegelikult saavutatud kontaktide kohta (arvutuse aluseks konkreetse päeva, saate kontaktide hulk).

TV3 ja TV6 kanali kontaktide hulk summeeritakse ja käsitletakse ühe kanalina ning 3+ kanalit käsitletakse eraldi, sest tegemist on venekeelsele auditooriumile suunatud kanaliga.

- Juhul, kui TNS Emor uuring näitab, et kampaania eesmärk vaatajakontaktide osas jäi alla 100% võrreldes esialgselt tellituga, paigutab KANAL ilma täiendava tasuta reklaamid eestrisse selliselt, et puuduvad kontaktid oleks garanteeritud.
- Juhul, kui TNS Emor uuring näitab, et vaatajakontaktide hulk kampaanias ületas esialgselt tellitut, siis KANAL lisatasu ei võta. KANAL'i RBS hinnakiri defineerib reklaamide esitamise prognoositud reitingute (15 minuti keskmine) alusel kliendi poolt valitud sihtrühmas (edaspidi „TRP“) vastavalt kanalite igakuisele bundlingu jaotusele eelpoolnimetatud kanalites.
- Juhul, kui allajäämine oli ainult venekeelses kanalis 3+, siis antud vaatajakontaktid kompenseeritakse ainult 3+ kanalis. Lühim võimalik kampaania periood on 10 kalendripäeva.

Kliendil on võimalus osta KANAL'is reklaamiaega 16 sihtrühma reitingute alusel:

Sihtrühm	Indeks
Kõik 4+ (edaspidi „A4+“)	1,00
Kõik 18+ (edaspidi „A18+“)	1,00
Kõik 15-29 (edaspidi „A15-29“)	1,10
Kõik 18-39 (edaspidi „A18-39“)	1,00
Kõik 18-49 (edaspidi „A18-49“)	1,00
Kõik 25-54 (edaspidi „A25-54“)	1,0
Naised 18-39 (edaspidi „N18-39“)	0,90
Naised 18-49 (edaspidi „N18-49“)	0,95
Naised 25-54 (edaspidi „N25-54“)	0,88
Naised 25+ (edaspidi „N25+“)	0,90
Naised 35-59 (edaspidi „N35-59“)	0,95
Mehed 18-39 (edaspidi „M18-39“)	1,12
Mehed 18-49 (edaspidi „M18-49“)	1,10
Mehed 25-54 (edaspidi „M25-54“)	1,10
Kõik 18-49 sissetulek üle 400 EUR (edaspidi „A18-49 is>6k“)	1,05
Kõik 18-59 sissetulek pereliikme kohta üle 250 EUR (edaspidi „A18-59 pl>4k“)	1,00
Kõik 18-59 sissetulek pereliikme kohta üle 250 EUR (edaspidi „A18-59 pl>4k“)	1,00

Kliendil on õigus osta mitut erinevat sihtrühma, kuid üks toode või bränd võib kasutada samaaegselt vaid 2 (kahte) erinevat sihtrühma. Kindla toote või brändi jaoks valitud sihtrühmasid ei ole lubatud pärast lepingu sõlmimist muuta.'

## 1.1. Bundling jaotus kanalite lõikes

KANAL garanteerib kliendi tellitud TRP' de jaotuse TV3, 3+ ja TV6 kanalite lõikes vastavalt *bundlingu* tabelis (tabel 1.1.) sätestatule. Lisaks reklaamikampaania planeerimise peamistele kriteeriumitele võib klient anda KANAL'ile lisainformatsiooni selle kohta, mida kampaania planeerimisel arvesse võtta võiks:

- eripositsiooniga (esimene-viimane) klippide osakaal (TRP kogus)
- TRP kogus kampaania nädalate lõikes
- välistatud saated

*Bundling* jaotus kanalite lõikes on tehtud vastavalt eelmise kvartali reaalsele CSOV (kommertskanalite vaadatavuse osakaal) jaotusele sihtrühmade kaupa MTG kanalites (TV3,3+,TV6). Andmeid uuendatakse igakuiselt ja edastakse klientidele koos MTG kanalite saatevõrguga 1 kord kuus.

**Tabel. 1.1** *Bundling* jaotus kanalite lõikes\* (2010 jaanuar)

TV3 & 3+ & TV6				TV3 & TV6		
SIHTRÜHM	TV3 %	3+ %	TV6 %	SIHTRÜHM	TV3 %	TV6 %
A4+	71,0	16,8	12,3	A4+	85,3	14,7
A18+	71,4	17,6	11,1	A18+	86,6	13,5
A15-29	49,9	28,6	21,5	A15-29	69,9	30,1
A18-39	60,7	21,7	17,7	A18-39	77,5	22,5
A18-49	65,2	19,8	14,9	A18-49	81,4	18,6
A25-54	70,8	17,0	12,2	A25-54	85,3	14,8
N18-39	65,4	22,0	12,6	N18-39	83,9	16,1
N18-49	67,8	21,1	11,1	N18-49	86,0	14,0
N25-54	75,7	15,3	9,1	N25-54	89,3	10,7
N25+	80,3	13,7	6,1	N25+	93,0	7,0
N35-59	75,1	16,5	8,4	N35-59	89,9	10,1
M18-39	55,1	21,2	23,6	M18-39	70,0	30,0
M18-49	62,2	18,3	19,4	M18-49	76,2	23,8
M25-54	64,9	19,1	16,1	M25-54	80,1	19,9
A18-49 is>6k	61,1	21,4	17,5	A18-49 is>6k	77,7	22,3
A18-59 pl>4k	67,5	17,1	15,4	A18-59 pl>4k	81,4	18,6
A18-59 pl>4k	73,9	13,7	12,4	A18-59 pl>4k	85,6	14,4

- Juhul, kui TV6 vaatajaprofiil muutub kvartali alguses tehtud jaotusega võrreldes üle 30%, on KANAL'il õigus TRP jaotust kanalite vahel muuta.
- Juhul, kui kliendil ei ole venekeelset reklaamklippi on võimalus kasutada ainult TV3-e ja TV6-e.
- Kliendil on õigus oma toote kampaania jaoks kasutada ühte või kahte MTG kanalit või erinevat *bundlingu* jaotust võrreldes MTG igakuiselt saadetuga, kuid sellisel juhul lisandub hinnale indeks 1,1.

Märkus: Kliendil on õigus teatud kampaaniate jaoks erandina kasutada ühte või kahte MTG kanalit, kui see on argumenteeritud ja mõlemale poolele vastuvõetav, kuid sellisel juhul rakendub kliendi CPP hindadele indeks 1,1.

## 1.2. RBS kampaania CPP hinnad

CPP (*Cost Per Point*) – reklaamklipi pikkusega 1 sekund näitamise maksumus 1%-le sihtrühma vaatajatest. CPP hinnad (lisandub käibemaks) ajatsoonide lõikes on alljärgnevad:

TV3, 3+, TV6		
AJATSOON	AEG	RBS/CPP
Off Prime Time	06:00 – 17:59	3,4 EUR
Prime Time	18:00 – 23:59	5,65 EUR
Off Prime Time	24:00 – 05:59	3,4 EUR

### NÄIDE 1

Reklaamklipi esituse hinnaarvutamise valem:

$$M = CPP * TRP * Rkl * Hi * Ri * Si$$

kus:

- M – reklaamklipi esituse maksumus
- CPP – 1 sekundi reklaami näitamise maksumus 1% -le sihtrühmast
- TRP – klipi esituse prognoositud TRP (*Target Rating Point*) reiting
- Rkl – reklaamklipi pikkus (sekundites)
- Hi – hooajaline indeks
- Ri – reklaamklipi indeks
- Si – sihtgrupi indeks

Reklaamklipi pikkus on 20 sekundit. Reklaam eetris kell 19:40 saates „Kodu keset linna“ septembri kuus ning saate reiting sihtrühmas naised 18-49 on 7.

$$5,65 * 7 * 20 * 1,2 * 1,2 * 0,95 = 1082.- \text{ EUR}^*$$

\*Maksumusest arvatakse maha garanteeritud investeeringust lähtuv soodustus (vt. p.6)



## 2. Fikseeritud saadetega reklaamikampaania

Fikseeritud saadetega reklaamikampaania meediaplaani (saadete valiku) vastavalt igakuisele bundlingu jaotusele MTG kanalite vahel koostab kliendi soovitusel KANAL või klient. KANAL väljastab regulaarselt nädala saatekava koos saate reitinguga sihtrühmas 4+ (kõik inimesed) konkreetse saate juurde kuulvas reklaamipausis. Fikseeritud saadetega reklaamikampaania puhul annab KANAL garantii sihtrühmas 4+.

- Kui reklaamikampaania tegelikud reitingud on kõrgemad planeerimisel prognoositutest, väljastatakse Kliendile arve lähtuvalt planeeritud GRP kogusest
- TV3 ja TV6 kanali kontaktide hulk summeeritakse meediaplaanis ja vaatajakontaktide arvutamisel käsitletakse ühe kanalina. 3+ kanalit käsitletakse eraldi, sest tegemist on venekeelse auditooriumiga.
- Kui reklaamikampaania tegelikud reitingud on madalamad planeerimisel prognoositutest, kompenseerib KANAL Kliendile tellitud ja tegelike reitingute vahe vastavas mahus tasuta esitus(t)e näol vastavalt bundlingu jaotusele kanalite vahel. TV3 ja TV6 kanali kontaktide hulk summeeritakse ja käsitletakse ühe kanalina ning 3+ kanalit käsitletakse eraldi, sest tegemist on venekeelsele auditooriumile suunatud kanaliga.
- Kompensatsiooni meediaplaan koostatakse prognoositud reitingute põhjal ning ei kuulu hilisemate tegelike reitingute põhjal ümberarvestamisele.

**FIKSEERITUD SAADETEGA REKLAAMIKAMPAANIA** puhul otsustab saadete valiku klient ja CPP hinnad korrutatakse indeksiga **1,15**.

### NÄIDE 2

Reklaamklipi esituse hinnaarvutamise valem:

$$M=CPP*GRP*Rkl*Hi*RI*Kf$$

kus:

- M – reklaamklipi esituse maksumus
- CPP – 1 sekundi reklaami näitamise maksumus 1%-le sihtrühmast
- GRP – klipi esituse prognoositud GRP (*Gross Rating Point*) reiting
- Rkl – reklaamklipi pikkus (sekundites)
- Hi – hooajaline indeks
- Ri – reklaamklipi indeks
- Kf – fikseeritud reklaamikampaania indeks

Reklaamklipi pikkus on 20 sekundit. Reklaam on eetris kell 19:40 saates „Kodu keset linna“ septembri kuus ning saate reiting sihtrühmas Kõik 4+ on 7.

$$5,65*7*20*1,2*1,2*1,15= 1309,89 \text{ EUR}^*$$

\*Maksumusest arvatakse maha garanteeritud investeeringust lähtuv soodustus (vt. p.6)



### 3. Sekundite ostmine

Kliendil on võimalik osta reklaamiaega saadete reklaamipausidesse. Reklaamklipi esituse maksumus arvestatakse järgnevalt:

Esituse maksumus = reklaamklipi pikkus \* sekundi hind \* hooajaline indeks

Sekundite hinnad kanalites on alljärgnevad:

TV3		3+		TV6	
AJATSOON	SEKUNDI HIND	AJATSOON	SEKUNDI HIND	AJATSOON	SEKUNDI HIND
Off Prime Time (07:00 -17:59)	29 EUR	Off Prime Time (07:00 -17:59)	8 EUR	Off Prime Time (07:00 -17:59)	8 EUR
Prime Time (18:00 - 23:59)	58 EUR	Prime Time (18:00 - 23:59)	16 EUR	Prime Time (18:00 - 23:59)	16 EUR
Off Prime Time (24:00 - 06:59)	29 EUR	Off Prime Time (24:00 - 06:59)	8 EUR	Off Prime Time (24:00 - 06:59)	8 EUR

Sekundite ostmisel ei garanteeri KANAL kliendile reklaamikampaania raames saadud kontaktide hulka.

### 4. Hinnaindeksid

#### Hooajalised indeksid:

- jaanuar – 0,8
- veebruar, juuli, august – 0,9
- detsember – 1,15
- märts, september – 1,2
- aprill – 1,25
- mai, juuni – 1,4
- oktoober, november – 1,3

#### Klipi pikkuse indeksid:

- 1...9 sekundit – 1,45
- 10...19 sekundit – 1,3
- 20...29 sekundit – 1,2
- 30... sekundit – 1,0

#### Spetsiaalpositsioneeringu indeksid:

- esimene reklaam reklaamipausis – 1,35
- teine reklaam reklaamipausis – 1,30
- kolmas, viimane ja eelviimane reklaam reklaamipausis – 1,15

Spetsiaalpositsioneerunguga klipi minimaalne pikkus võib olla 15 sekundit. Lühema klipi korral arvestab KANAL tasu 15 sekundilise klipi näitamise eest, millele lisandub juurde spetsiaalpositsioneeringu indeks.



## 5. Erilahendused

### 5.1 Sponsorlus

Olles mõne TV3, TV6 või 3+ saate sponsor, avaneb Kliendil unikaalne võimalus edastada oma sõnum, kinnistada brändi tuntuks või muuta tarbijate suhtumist kreatiivsel ja hinnasäästlikul viisil. Sponsorluse kasutamist tuleks kaaluda, kui teil on soov:

- kanda konkreetse saate positiivne imago üle oma tootele/kaubamärgile
- eristuda nii teistest reklaamijatest kui ka oma otsestest konkurentidest
- lihtsate vahenditega ning kiirelt kaubamärgi tuntuks saavutada

Saate sponsorpakett näeb reeglina välja alljärgnev:

- sponsorklipp enne saadet 5"
- sponsorklipp enne reklaamipausi(e) 15"
- sponsorklipp pärast reklaamipausi(e) 5"
- sponsorklipp pärast saadet 5"

Lähtudes Euroopa Liidu poolt tehtud ettekirjutustest, konsultatsioonidest Kultuuriministeeriumi ja Tarbijakaitseametiga ning Reklaami nõukoja hinnangutest tuleb sponsorklippide puhul arvestada järgmist:

- sponsorklipp peab sisaldama sponsori nime, kaubamärki, logo, toodet või muud sümbolit;
- sponsorklipi esmane eesmärk peab olema vaataja teavitamine sponsori olemasolust saate toetamisel;
- sponsorklipp peab olema neutraalne ja alati sisaldama kas kirjalikku või suulist sponsorviidet (nt „Saadet toetab“).

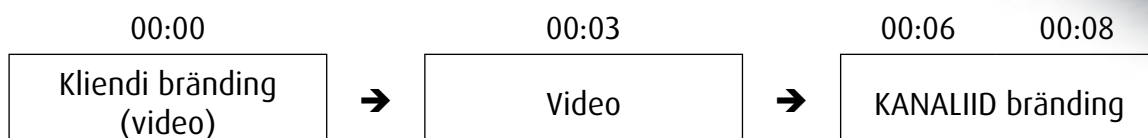
#### Sponsorklipp ei tohi:

- sisaldada nn call to action'it, st näiteks teavet müügikohtade, hindade, kampaaniate jms. kohta;
- sisaldada toote omaduste kirjeldust ning selgitusi ja hinnanguid toote kohta;
- alkohoolsete jookide puhul sisaldada kaubamärke, mis sõnas ja/või pildis viitavad alkohoolsele joogile;
- olla pikem kui 20 sekundit.

### 5.2. KANALI ID

Eksklusiivne võimalus siduda kliendi/toote imago KANAL'i imagoga. ID maksimaalne pikkus võib olla 8 sekundit.

ID ülesehitus:



Video lõpu 2-3 sekundit peavad olema sellised, et seal ei tohi olla kliendi brändingut. ID minimaalne kaampania maksumus on 5000 EUR (+ km).



### 5.3. Animeeritud eetrilogo ehk promobug

Eksklusiivne võimalus näitada kliendi/toote animeeritud logo otse saate ajal. Animeeritud logo maksimaalne pikkus võib olla 10 sekundit ning see peab sisaldama viidet „Saadet toetab“.

Promobug on reeglina eetris alljärgnevalt:

- promobug saate alguses 10"
- promobug enne reklaamipausi(e) 10"
- promobug pärast reklaamipausi(e) 10"
- promobug saate lõpus 10"

### 5.4. Tootepaigutus

Tooteasetus (*product placement*) on erilahendus teles, kus reklaamklientil on võimalus promoda oma tooteid saate sees ja televaataja tajub seda loomuliku osana saate sisust. Tooteasetust saab osta erinevatesse KANAL'i omatoodangu saadetes ja seriaalidesse. Tooteasetuse periood, maht ja maksumus sõltub konkreetsest tootest.

## 6. Soodustused

Kliendid, kes sõlmivad KANAL'iga mahulepingu, saavad hinnakirja CPP hinnast lisaallahindlust. Vastavalt eelarvele (sisaldab allahindlusi ja indekseid, ei sisalda käibemaksu) on allahindlused järgnevad:

Investeering	Hinnakirja allahindlus	Hinnakirja allahindlus lepingu sõlmimisel enne 25.02.2011
10 000	8%	15%
15 000	11%	18%
20 000	14%	21%
30 000	16%	23%
40 000	18%	25%
50 000	20%	26%
60 000	23%	29%
70 000	25%	31%
100 000	27%	33%
140 000	30%	36%

Investeering	Hinnakirja allahindlus	Hinnakirja allahindlus lepingu sõlmimisel enne 25.02.2011
160 000	32%	37%
200 000	34%	39%
230 000	36%	41%
270 000	38%	43%
300 000	40%	45%
350 000	42%	47%
400 000	45%	49%
450 000	48%	52%
500 000	51%	55%
550 000	54%	58%

- Meediaagentuuride tellimustele kehtib 6% vahendustasu juhul, kui agentuuril on sõlmitud KANAL'iga aastane mahuleping.
- Klientidele, kes valivad KANAL'i oma peamiseks koostööpartneriks kõigis kolmes Balti riigis, tagab KANAL lisaallahindluse igas riigis.
- Uutele klientidele, kes kasutavad KANAL'it esmakordselt, pakume lisaallahindlust 10% ning seda saab kasutada vaid ühel korral.

## 7. Reklaamklipi tootmine

KANAL pakub klientidele võimalust valmistada reklaami- või sponsorklippi. Reklaamklipi valmistamise maksumus ei sõltu reklaamklipi pikkusest (v.a. animatsioon) vaid tehnika-, idee- ja autoriõiguste maksumusest ning esitajatasudest. Telereklaami helitausta on reeglina võimalik kasutada raadioreklaamina. Telereklaami tootmine:

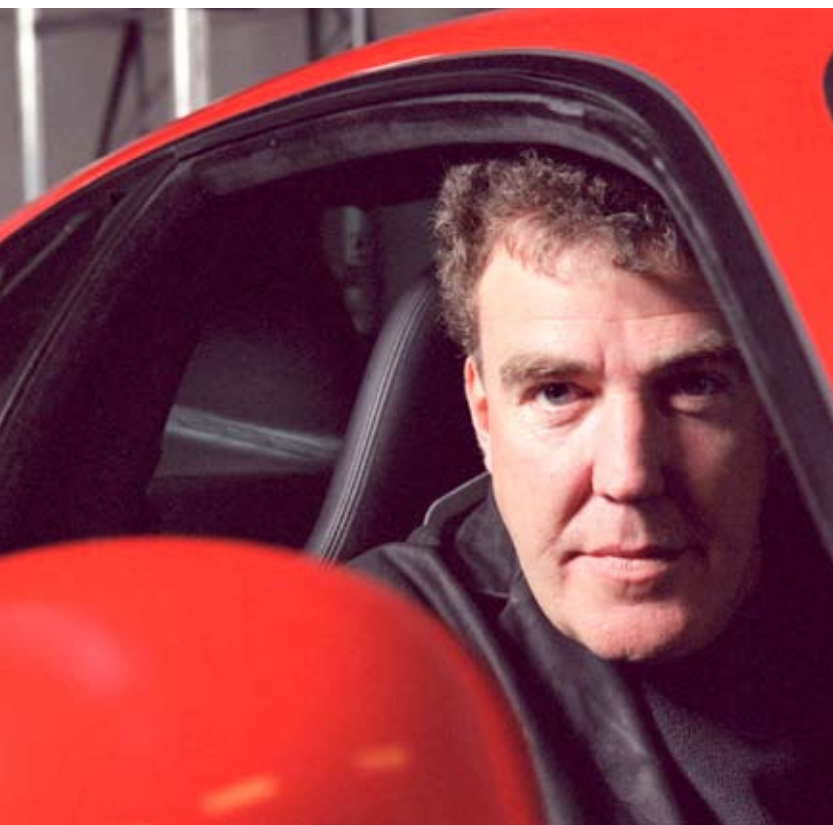
- Lihtklipi valmistamine alates 400.- EUR

## 8. TV3 Play

KANAL koostab reklaamkampaania meediaplaani lähtuvalt kliendi poolt etteantud tingimustest:

- reklaamkampaania nimi
- toote või brändi nimi
- kampaania periood
- soovitud vaatajakontaktide arv
- klipi pikkus
- kampaania eelarve (+ km 20%)

KANAL edastab kliendile tööpäevajooksul alates tellimuse saabumisest reklaamkampaania meediaplaani. Garanteerimaks kliendile kampaania vaatajakontaktide arvu on KANAL'il õigus kampaania jooksul teha muudatusi reklaamkampaania raamplaanis. Pärast reklaamkampaania lõppu esitab KANAL kliendile aruande tegelikult saavutatud kontaktide kohta. Juhul, kui uuring näitab, et kampaania eesmärk vaatajakontaktide osas jäi saavutamata, paigutab KANAL ilma täiendava tasuta reklaamid eetrisse selliselt, et puuduvad kontaktid oleks garanteeritud.



## 8.1. TV3 Play CPT (tuhande kontakti hind)

Toode	Programmitüüp	Reklaamipausid	CPT (tuhande kontakti hind)
RBS	Kõik	Saate ees/keskel/järel	2,00 EUR
Sponsorpakett	Valitud saated	Saate ees/keskel/järel	6,00 EUR
Animeeritud riba	Kõik ja valitud saated	Saate ees/keskel/järel	2,00 EUR

Märkus:

- Maksimaalne reklaamklipi pikkus saate ees on 15 sekundit;
- Maksimaalne reklaamipauside pikkus on 45 sekundit;
- Liikuv animeeritud riba ilmub ekraanile iga 10 minuti järel.

## 8.2. Soodustused

Investeering	Hinnakirja allahindlus
1000	10%
2000	15%
3000	20%
4000	25%
5000	30%
7500	35%
10 000	40%
15 000	45%
20 000	50%
25 000	55%

## 9. Lisaväärtused

Klientidel, kes lisaks KANAL'ile valivad reklaamikanaliteks Star FM'i, Power Hit Radio või mõne KANAL'i veebilehekülje, on võimalus sõlmida üks ühine leping, millega omakorda kaasnevad lisaväärtused.



## 10. Nõuded reklaamklipile

- Reklaamklipp peab KANAL'i ftp serveris olema minimaalset 3 kalendripäeva (kella 11.00ks) enne esimest esituskorda KANAL'i eetris
- Reklaamklipi juures tuleb välja tuua Kliendi/toote/kampaania nimi ja pikkus
- Klipp kustutatakse pärast allalaadimist

TV3 & TV6		3+	
FTP aadress	ftp.firm.ee	FTP aadress	ftp.firm.ee
Kasutajanimi	tv3ads	Kasutajanimi	tv3plusads
Parool	Rekl33m	Parool	Kues934
Faili tüüp	MOV with 16 bit discreet audio at 48kHz		
Kodek	QT Self-Contained IMX30		
Resolutsioon	SD 720 x 576		
Kaadresid (sekundis)	25		
Kuvasuhe	16:9 FHA		

Täpsema informatsiooni saamiseks pöörduge palun KANAL'i müügiesakonna poole.

## 11. Mõisted

- GRP** – saate vaatajate arv kogu elanikkonnast. Kui „Eesti otsib superstaari“ GRP on 15, siis tähendab see, et 15% kogu elanikkonnast vaatab seda saadet.
- TRP** – saate vaatajate arv sihtrühmast. Kui „Vormel 1“ TRP meeste sihtrühmas on 12, siis tähendab see, et 12% meestest vaatab „Vormel 1“.
- CSOV** – kommertskanalite jälgimisele kulutatud aeg inimese kohta.
- SOV** – kõigi kanalite jälgimisele kulutatud aeg inimese kohta tundides ja minutites. Keskmiselt kulutavad inimesed kanalite vaatamisele 3 tundi ja 45 minutit päevas.
- Reach** – näitab erinevate inimeste hulka, kes on antud perioodil vaadanud telekanalit vähemalt 15 minuti jooksul. Periood võib olla päev, nädal, kuu või muu ajavahemik.
- CPP** – 1 sekundi reklaami näitamise maksumus 1%-le sihtrühmast
- CPT** – 1 sekundi reklaami näitamise maksumus 1000 vaatajale
- Frequency** – sagedus, mis näitab, mitu korda üks inimene keskmiselt antud reklaami näeb
- Bundling** – jaotus KANAL'ite lõikes on tehtud vastavalt eelmise kvartali reaalsele CSOV (kommertskanalite vaadatavuse osakaal) jaotusele sihtrühmade kaupa MTG KANAL'ites, mis tagab optimaalse reachi, hea märgatavuse ning parema hinna Kliendi kampaaniale.



## 12. Üldised reklaamiostu tingimused KANAL'ites

Käesolevad tingimused on KANAL'i reklaamiaja ostmiseks esitatava offerdi ja offerdi alusel sõlmitava lepingu (edaspidi Leping) osaks, kui offerdis on nendele tingimustele viidatud.

### 13.1. Nõuded reklaamile

- 13.1.1.** Ostja laeb varem mitte edastatud reklaami KANAL'i FTP-sse üles vähemalt 3 (kolm) tööpäeva enne reklaami kokkulepitud esmakordset edastamist ringhäälingus (so TV3, 3+ ja TV6 programmides).
- 13.1.2.** Ostja kinnitab ja tagab, et reklaam on kooskõlas õigusaktide sätetega, vastab KANAL'i poolt esitatud tehnilistele või kvaliteedinõuetele ning reklaami edastamisega ei rikuta ega riivata kolmandate isikute õigusi ning reklaami edastamine ei too kaasa kolmandate isikute nõudeid KANAL'i vastu ega KANAL'i kohustusi kolmandate isikute või avaliku võimu organite ees (sh trahvide jms maksmise kohustust). Kui reklaam ei vasta eelnimetatud nõuetele, on KANAL'il õigus selle edastamisest keelduda.
- 13.1.3.** KANAL'il on õigus teha reklaamist koopia ning seda säilitada.

### 13.2. Tasu maksmine

- 13.2.1.** Ostja maksab KANAL'ile Reklaamiaja eest vastavalt KANAL'i hinnakirjale, mis on kättesaadav TV3 veebilehel [www.tv3.ee](http://www.tv3.ee) ja Ostja suhtes kehtivatele soodustustele (edaspidi **Tasu**). Tasule lisandub õigusaktides sätestatud juhtudel, korras ja ulatuses käibemaks ning muud maksud ja maksed.
- 13.2.2.** KANAL edastab Ostjale õigusaktides sätestatud nõuetele vastava arve koos kirjaliku spetsifikatsiooniga kalendrikuul edastatud reklaami kohta hiljemalt iga järgneva kuu 4. (neljandaks) päevaks. Ostja tasub arvel märgitud summa kalendrikuul edastatud reklaami eest hiljemalt sellele kalendrikuule järgneva kuu 15. (viieteistkümnendaks) päevaks.
- 13.2.3.** Tasu maksmisega viivitamisel võib KANAL nõuda kohustuse sissenõutavaks muutumisest kuni Tasu maksmise kohustuse nõuetekohase täitmiseni viivist 0,1% (null koma üks protsenti) päevas.
- 13.2.4.** Kui Ostja ei ole Tasu maksmise kohustust täielikult täitnud 60 (kuuekümmne) päeva jooksul alates tasu maksmise kohustuse sissenõutavaks muutumisest, on KANAL'il õigus Leping etteteatamiseta üles öelda.
- 13.2.5.** Leping sõlmimise hetkel kehtiv Euro kurss Eesti krooni suhtes on 15,6466 EEK=1 EUR. Leping pooled on kokku leppinud, et kui Leping kehtivuse jooksul muutub Euro kurss Eesti krooni suhtes, korrutatakse pärast kursi muutumist KANAL'i hinnakirjajärgsed hinnad ning Leping alusel Ostja poolt KANAL'ile teostamisele kuuluvad maksed automaatselt (st ilma, et selleks oleks vaja pooltevahelist täiendavat kokkulepet või Ostja nõusolekut) läbi kursi muutmise koefitsiendiga, mille suurus saadakse, kui kursi muutmisele järgneval päeval kehtiv Eesti Panga poolt avaldatav Euro kurss Eesti krooni suhtes jagatakse kursi muutmise päevale eelneval päeval kehtinud Eesti Panga poolt avaldatava Euro kursiga Eesti krooni suhtes.
- 13.2.6.** KANAL võib muutunud asjaolude arvessevõtmiseks ühepoolset hinnakirja muuta, teatades hinnakirja muudatuste jõustumisest vähemalt 2 (kaks) kuud ette. Hinnakirja muutmisel on Ostjal õigus alates Hinnakirja muudatuste jõustumise kuupäevast Leping üles öelda, teatades sellest KANAL'ile kirjalikult 10 (kümne) päeva jooksul pärast hinnakirja muudatuste teatavaks tegemist KANAL'i poolt. Kui Ostja ei ütle Lepingut üles eelnimetatud tähtaja jooksul, loetakse Ostja hinnakirja muudatusi aktsepteerinuks ning kõikide reklaamide eest, mis edastatakse ringhäälingus pärast hinnakirja muudatuste jõustumist, kehtib Tasu vastavalt muudatustejärgsele hinnakirjale.

### 13.3. Lepingu muutmine ja lõppemine

- 13.3.1.** Lepingut võib muuta ainult kirjalikus vormis, eelkõige Reklaamiaja Müügilepinguga. Kirjaliku vormi mittejärgimisel on Lepingu muutmise kokkulepe tühine. Kummalgi Lepingu poolel on õigus Leping ennetähtaegselt üles öelda üksnes Lepingus nimetatud alustel.
- 13.3.2.** Asjaolude muutumise riisikot kannab Ostja. Pooled peavad heas usus läbirääkimisi Lepingu ja Reklaamiaja Müügilepingu muutmise võimaluste arutamiseks, juhul kui Emor AS-i või mõne muu poole poolt kirjalikult kokkulepitud isiku poolt läbi viidud auditooriumiuuringu tulemused näitavad, et TV3, 3+, TV6 osakaal Eestis kommertstelekanalite (Kanal 2, Kanal11, PBK, Ren Tv, TV3, 3+, TV6) vaatamisele kulutatud ajast sihtgrupis "Kõik 18-49 aastased isikud" on alla 36% (kolmkümmend kuus protsenti) vähemalt 2 (kaks) kalendrikuud järjest.
- 13.3.3.** Leping on sõlmitud tähtajaliselt ning lõpeb 31. detsembril 2010.a.
- 13.3.4.** Käesolevas punktis sätestatu ei välista ega piira KANAL'il muude õiguskaitsevahendite kasutamist seoses Ostja poolse Lepingu või Reklaamiaja Müügilepingu rikkumisega. KANAL'il on õigus igal ajal Leping üles öelda teatades sellest kirjalikult Ostjale vähemalt 2 (kaks) kuud ette. KANAL ei pea eelnimetatud korras Lepingu ülesütlemist põhjendama.

### 13.4. Poolte vastutus

- 13.4.1.** Sõltumata sellest, kas KANAL on teadlik ja/või teavitanud Ostjat reklaami mittevastavusest Lepingus või õigusaktides sätestatud nõuetele, vastutab Ostja igal juhul reklaami vastavuse eest õigusaktide sätetele, Lepingus sätestatud nõuetele, samuti reklaami edastamisel võimalike kolmandate isikute õiguste, eelkõige autoriõiguste rikkumise, või tasude, trahvide, maksude ja muude sarnaste maksete maksmise kohustuse tekkimise eest.
- 13.4.2.** KANAL vastutab Lepingust ja õigusaktidest tulenevate kohustuste tahtliku või raskelt hooletu rikkumise eest, kui rikkumine ei olnud vabandatav. Rikkumine on vabandatav, kui rikkumine toimus vääramatü jõu tõttu.
- 13.4.3.** Vääramatuks jõuks loevad Lepingu pooled asjaolu, mida kohustust rikkunud pooled ei saanud mõjutada ja mõistlikkuse põhimõttest lähtudes ei saanud temalt oodata, et ta lepingu sõlmimise ajal selle asjaoluga arvestaks, seda väldiks või takistava asjaolu või selle tagajärje ületaks.

### 13.5. Lõppsätted

- 13.5.1.** Lepingule kohaldatakse Eesti Vabariigi õigust. Vaidlused seoses Lepingu täitmise või tõlgendamisega lahendatakse Harju Maakohtus.
- 13.5.2.** Lepingus on ette nähtud kõik Lepingu tingimused ning Lepingu osaks loetakse varasemaid tahteavaldusi, kokkuleppeid või käitumist üksnes juhul ning ulatuses, milles need selgesõnaliselt sisalduvad käesolevas Lepingus või muus Lepingu poolte vahel kirjalikult sõlmitavas kokkuleppes.
- 13.5.3.** Lepingule allakirjutanud isikud kinnitavad, et neil on esindusõigus tegemaks antud tehingut nende poolt esindatavate isikute nimel.
- 13.5.4.** Pooled hoiavad saladuses kõik Lepingu tingimused ning kogu Lepingut puudutava ning Lepingu täitmise käigus teatavaks saanud informatsiooni ning ei avalikusta Lepingu sõlmimise ja täitmisega seonduvat ilma teise Poole eelneva kirjaliku nõusolekuta, välja arvatud juhtudel ning ulatuses, milles Pool on kohustatud informatsiooni avalikustama imperatiivsetest õigusaktidest ning nende alusel esitatud kohustuslikest nõuetest tulenevate kohustuste täitmiseks. Saladuse hoidmise kohustus kehtib edasi pärast Lepingu lõppemisest.

Saladuse hoidmise kohustus ei laiene KANAL'i veebilehel avalikustatavale informatsioonile (nt hinnakirjadele) ning mis tahes informatsioonile, mis on avalikkusele kättesadavaks saanud muul viisil, kui Poole poolt Lepingus sätestatud saladuse hoidmise kohustuse rikkumise tulemusena.

**13.5.5.** Leping on sõlmitud kahes eksemplaris, millest kumbki pool saab ühe eksemplari.

**13.5.6.** Lepinguga seotud informatsioon ja tahteavaldused, kaasa arvatud Lepingu rikkumisest teatamine, edastatakse teadetena lihtkirjalikus vormis. Lihtkirjaliku vormiga on võrdsustatud ka faks, e-mail ja muu kirjalikku taasesitamist võimaldav vorm.

**Täpsema informatsiooni saamiseks pöörduge palun  
KANAL'i müügiosakonna poole.**

AS TV3  
Peterburi tee 81  
11415 Tallinn  
Telefon: 6 22 0270  
Faks: 6 22 0240  
E-mail: [reklaam@tv3.ee](mailto:reklaam@tv3.ee)  
[www.tv3.ee](http://www.tv3.ee)