

ПРАЙС-ЛИСТ
на размещение рекламы в эфире телеканалов «Yoshlar», «Kinoteatr», «Navo», «Volajon».

Данный Прайс-лист действителен и применяется при реализации Инвентаря wGRP
Стоимость указана за ¹Инвентарь wGRP в суммах без учета НДС

Yoshlar		
⁴Фиксированное размещение рекламных роликов	³Стоимость Инвентаря wGRP(сум)	
	*Прайм-тайм	3500 000
**Офф прайм-тайм	2100 000	
⁵Фиксированное размещение рекламных роликов во время футбольных трансляций	³Стоимость Инвентаря wGRP(сум)	
	*Прайм-тайм	4 375 000
**Офф прайм-тайм	4 375 000	

²Базовая Аудитория Телеканала Yoshlar – все 25+ Uzbekistan 100 000+

Kinoteatr		
⁴Фиксированное размещение рекламных роликов	³Стоимость Инвентаря wGRP(сум)	
	*Прайм-тайм	4 410 000
**Офф прайм-тайм	2 665 000	

²Базовая Аудитория Телеканала Kinoteatr – все 25+ Uzbekistan 100 000+

Navo		
⁴Фиксированное размещение рекламных роликов	³Стоимость Инвентаря wGRP(сум)	
	*Прайм-тайм	2 662 000
**Офф прайм-тайм	1 575 000	

²Базовая Аудитория Телеканала Navo – все 25+ Uzbekistan 100 000+

Volajon		
⁴Фиксированное размещение рекламных роликов	³Стоимость Инвентаря wGRP(сум)	
	*Прайм-тайм	2940 000
**Офф прайм-тайм	1 912 500	

²Базовая Аудитория Телеканала Volajon – все 6-54 Uzbekistan 100 000+

***Скидки, применяемые при расчете стоимости Инвентаря wGRP:	Размер скидки (%)
⁶ Агентская скидка	-15
⁷ Скидка за размер общей стоимости Рекламного заказа	-
⁸ Скидка за увеличение общей стоимости Рекламного заказа	-
⁹ Скидка за выполнение Календарного плана	-10
¹⁰ Скидка за график оплат	-
¹¹ Сезонный коэффициент	-
¹² Скидка за сплит НТРК	-

⁷Скидка за размер общей стоимости Рекламного заказа:

Стоимость Рекламного заказа (сум)	Размер скидки (%)
40 000 001	-26,12
70 000 001	-31,73
100 000 001	-35,31
130 000 001	-38,01
160 000 001	-40,08
200 000 001	-42,30
250 000 001	-44,57
300 000 001	-46,39
350 000 001	-47,92
400 000 001	-49,28
450 000 001	-50,45
500 000 001	-51,52
550 000 001	-52,47
600 000 001	-53,35
650 000 001	-54,15
700 000 001	-54,89

Стоимость Рекламного заказа(сум)	Размер скидки (%)
750 000 001	-55,59
800 000 001	-56,23
850 000 001	-56,85
900 000 001	-57,42
950 000 001	-57,96
1 000 000 001	-58,47
1 200 000 001	-60,31
1 400 000 001	-61,85
1 600 000 001	-63,19
1 800 000 001	-64,37
2 000 000 001	-65,43
2 500 000 001	-67,67
3 000 000 001	-69,50
3 500 000 001	-71,04
4 000 000 001	-72,38
4 500 000 001	-73,56

Стоимость Рекламного заказа (сум)	Размер скидки (%)
5 000 000 001	-74,62
5 500 000 001	-75,58
6 000 000 001	-76,45
6 500 000 001	-77,25
7 000 000 001	-77,99
7 500 000 001	-78,69
8 000 000 001	-79,33
8 500 000 001	-79,94
9 000 000 001	-80,52
9 500 000 001	-81,06
10 000 000 001	-81,57
10 500 000 001	-82,06
11 000 000 001	-82,53
11 500 000 001	-82,97
12 000 000 001	-83,40

⁸Скидка за увеличение общей стоимости Рекламного заказа:

Увеличение <u>общей</u> стоимости Рекламного заказа(%)	Размер скидки (%)
30	-5
40	-7
50	-10

¹¹Сезонный коэффициент (%)

Сезон	Коэффициент (%)
январь	-40
февраль	-20
март	+15
апрель	+10
май	0
июнь	0
июль	0
август	0
сентябрь	+20
октябрь	+30
ноябрь	+30
декабрь	+40

****Наценки, применяемые при расчете стоимости Инвентаря wGRP:	Размер наценки (%)
¹³ Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика первым/последним в рекламном блоке	+15
¹³ Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика вторым/предпоследним в рекламном блоке	+10
¹³ Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика в любой другой позиции в рекламном блоке	+5
¹⁴ Наценка за длительность рекламного ролика	+100

¹**Инвентарь wGRP** – условная единица измерения объема услуг Телекомпании по размещению рекламных роликов в Эфире Программы Телеканала, выраженная в виде суммы рейтингов по Базовой Аудитории Телеканала, набранной во время размещения рекламных роликов различной длительности в Эфире Программы Телеканала, приведенная к рекламному ролику условной продолжительности в 30 (тридцать) секунд, которая рассчитывается следующим образом:

Инвентарь wGRP равняется произведению длительности рекламного ролика в секундах и рейтингах (GRP) рекламного блока, в котором данный рекламный ролик размещен, поделенное на 30 секунд, где GRP – фактическая сумма рейтингов Рекламного блока по Базовой Аудитории Телеканала.

²**Базовая Аудитория Телеканала** – аудитория Телеканала, которая учитывается при определении стоимости Инвентаря wGRP. Базовая Аудитория Телеканала состоит из группы телезрителей, имеющих общие характеристики, в частности демографические характеристики (пол, возраст, место жительства) и другие.

³**Стоимость Инвентаря wGRP** - стоимость за единицу Инвентаря wGRP для рекламного ролика продолжительностью в 30 секунд.

⁴**Фиксированное размещение рекламных роликов** – размещение рекламных роликов Заказчика в Эфире Программы Телеканала только в определенных рекламных блоках, в конкретное время и дни.

⁵**Фиксированное размещение рекламных роликов во время футбольных трансляций** – размещение рекламных роликов Заказчика в Эфире Программы Телеканала во время показа футбольных трансляций, на которые получены соответствующие лицензии на трансляцию в эфире (Лига Чемпионов UEFA, Лига Европы UEFA, Лига Конфедерации UEFA, Супер Кубок UEFA, Чемпионат Италии, Кубок Италии и т.д.)

⁶**Агентская скидка** – данная скидка предоставляется Рекламному агентству,

⁷**Скидка за размер общей стоимости Рекламного заказа** - данная скидка выдается накопительно по мере реализации Инвентаря wGRP на телеканалах НТРК Узбекистана: «Kinoteatr», «Yoshlar», «Bolajon», «Navo» в каждом отчетном месяце и рассчитывается исходя из фактической стоимости Рекламного заказа по отдельному Рекламодателю в каждом отчетном месяце.

⁸**Скидка за увеличение общей стоимости Рекламного заказа** - данная скидка выдается при условии увеличения общей стоимости Рекламного заказа в 2023 году на телеканалах НТРК: «Kinoteatr», «Yoshlar», «Bolajon», «Navo» относительно фактической общей стоимости Рекламного заказа в 2022 году. В 2023 году скидка за увеличение общей стоимости Рекламного заказа не применяется к сделкам, общая фактическая стоимость которых составила менее 400 000 000 (четыреста миллионов) сум в 2022 году.

⁹**Скидка за выполнение Календарного плана** - данная скидка применяется при заявлении плана на приобретение Инвентаря wGRP с указанием помесечной разбивки стоимости Рекламного заказа. Скидка за выполнение Календарного плана действительна, если отклонение между фактической стоимостью реализованного инвентаря и заявленной стоимостью в Рекламном заказе в каждом отчетном месяце не превышает 30% в сторону уменьшения (отклонение от заявленной месячной стоимости Рекламного заказа минус 30%).

¹⁰**Скидка за график оплат** - данная скидка предоставляется в случае, если Заказчиком внесена предоплата 100% стоимости двух или более месяцев размещения рекламных роликов в Эфире программы Телеканала. При этом стоимость Рекламного заказа в каждом из предоплаченных месяцев должна быть не менее 10% от итоговой суммы предоплаченных месяцев. Скидка за график оплат рассчитывается исходя из ключевой ставки Центрального банка Республики Узбекистан на момент подписания Рекламного Заказа и выдается только на месяцы, за которые произведена предоплата. Скидка за график оплат рассчитывается по следующей формуле:

$((1+a)^{(b/12)}-1) * 100\%$, где:

a – ключевая ставка Центрального банка Республики Узбекистан на момент подписания Рекламного Заказа;

b – количество предоплаченных месяцев.

¹¹**Сезонный коэффициент** – процент, на который увеличивается или уменьшается стоимость Инвентаря wGRP в определенный месяц согласно Прайс-листу.

¹²**Скидка за сплит НТРК** – данная скидка выдается:

-в размере 20% за размещение при следующем строгом соблюдении распределения бюджета по долям на телеканалах: Kinoteatr – 30%, Yoshlar – 20%, Bolajon – 30%, Navo – 20%, с долей прайм тайма (18:00-23:59) не более 50%;

-в размере 15% за размещение при следующем строгом соблюдении распределения бюджета по долям на телеканалах: Kinoteatr – 40%, Yoshlar – 30%, Navo – 30%, с долей прайм тайма (18:00-23:59) не более 50%.

¹³**Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика** - данная наценка применяется за фиксацию рекламных роликов в конкретном месте в рекламном блоке.

¹⁴**Наценка за длительность рекламного ролика** - данная наценка применяется к стоимости Инвентаря wGRP при размещении рекламных роликов в Эфире Программы Телеканала продолжительностью от 40 секунд.

***Прайм-тайм** – эфирное время Телеканала с 18:00 часов до 23:59 часов в рабочие и выходные дни.

****Офф прайм-тайм** – эфирное время Телеканала с 00:00 часов до 17:59 часов в рабочие и выходные дни.

*****Скидка** – процент, на который уменьшается стоимость Инвентаря wGRP при выполнении условий согласно данному Прайс-листу.

******Наценка** – процент, на который увеличивается стоимость Инвентаря wGRP при выполнении условий согласно данному Прайс-листу.

При расчете стоимости размещения рекламных роликов в Эфире Программы Телеканала скидки и наценки применяются последовательно. Скидки и наценки аннулируются и(или) пересчитываются в случае невыполнения условий, по которым они были предоставлены.

Реализация Инвентаря wGRP осуществляется по рейтингу Рекламного блока.

Расчет фактической стоимости Инвентаря wGRP осуществляется исходя из Фактического рейтинга рекламного блока по Базовой аудиторией Телеканала.

Фактический wGRP рекламного ролика меньше 0,05 считается равным 0,05.

Форма оплаты – 100% предоплата одного месяца размещения.

Расценки в дни, официально объявленные праздничными в Республике Узбекистан, могут устанавливаться дополнительно.

В настоящий Прайс-лист могут быть внесены изменения и дополнения.

«Yoshlar», «Navo», «Kinoteatr» ва «Bolajon» телеканалларида рейтинг тизими бўйича реклама жойлаштириш учун асосий тарифларнинг преysкуранти

Ушбу преysкурантинвентарни wGRPда амалга ошириш учун қўлланилади.
wGRP¹инвентарь учун нархлар сўмда ҚҚСсиз кўрсатилган.

Yoshlar		
⁴ Реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш	³ wGRPинвентари нархи(сўм)	
	*Прайм-тайм	3500 000
	**Офф прайм-тайм	2100 000
⁵ Футбол трансляциялари вақтида реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш	*Прайм-тайм	4 375 000
	**Офф прайм-тайм	4 375 000

²Yoshlarтелеканалинингбазовийаудиторияси– барча 25+ O‘zbekistan 100 000+

Kinoteatr		
⁴ Реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш	³ wGRPинвентари нархи (сўм)	
	*Прайм-тайм	4 410 000
	**Офф прайм-тайм	2 665 000

²Kinoteatrтелеканалинингбазовийаудиторияси– барча 25+ O‘zbekistan 100 000+

Navo		
⁴ Реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш	³ wGRPинвентари нархи (сўм)	
	*Прайм-тайм	2 662 000
	**Офф прайм-тайм	1 575 000

²Navoteлеканалинингбазовийаудиторияси– барча 25+ O‘zbekistan 100 000+

Bolajon		
⁴ Реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш	³ wGRPинвентари нархи (сўм)	
	*Прайм-тайм	2940 000
	**Офф прайм-тайм	1 912 500

²Bolajonteлеканалинингбазовийаудиторияси– барча6-54O‘zbekistan 100 000+

***wGRPинвентарини нархини ҳисоблашда қўлланиладиган чегирмалар:	Чегирма миқдори (%)
⁶ Агентлик чегирмаси	-15
⁷ Реклама буюртмасининг умумий қиймати учун чегирма	-
⁸ Реклама буюртмасининг умумий қиймати ниошириш учун чегирма	-
⁹ Календарь режасини амалга ошириш учун чегирма	-10
¹⁰ Тўлов жадвали учун чегирма	-
¹¹ Мавсумий коэффициент	-
¹² МТРК сплити учун чегирма	-

⁷Реклама буюртмасининг умумий қиймати учун чегирма:

Реклама буюртмасининг қиймати (сўм)	Чегирма хажми (%)	Реклама буюртмасининг қиймати (сўм)	Чегирма хажми (%)
40 000 001	-26,12	750 000 001	-55,59
70 000 001	-31,73	800 000 001	-56,23
100 000 001	-35,31	850 000 001	-56,85
130 000 001	-38,01	900 000 001	-57,42
160 000 001	-40,08	950 000 001	-57,96
200 000 001	-42,30	1 000 000 001	-58,47
250 000 001	-44,57	1 200 000 001	-60,31
300 000 001	-46,39	1 400 000 001	-61,85
350 000 001	-47,92	1 600 000 001	-63,19
400 000 001	-49,28	1 800 000 001	-64,37
450 000 001	-50,45	2 000 000 001	-65,43
500 000 001	-51,52	2 500 000 001	-67,67
550 000 001	-52,47	3 000 000 001	-69,50
600 000 001	-53,35	3 500 000 001	-71,04
650 000 001	-54,15	4 000 000 001	-72,38
700 000 001	-54,89	4 500 000 001	-73,56

⁸Реклама

буюртмасининг умумий қиймати ниошириш учун чегирма:

Реклама буюртмасининг қиймати (сўм)	Чегирма хажми (%)
5 000 000 001	-74,62
5 500 000 001	-75,58
6 000 000 001	-76,45
6 500 000 001	-77,25
7 000 000 001	-77,99
7 500 000 001	-78,69
8 000 000 001	-79,33
8 500 000 001	-79,94
9 000 000 001	-80,52
9 500 000 001	-81,06
10 000 000 001	-81,57
10 500 000 001	-82,06
11 000 000 001	-82,53
11 500 000 001	-82,97
12 000 000 001	-83,40

Реклама буюртмасининг умумий қиймати ниошириш (%)	Чегирма хажми (%)
30	-5
40	-7
50	-10

¹¹Мавсумий коэффициент (%)

Ой	Мавсумий коэффициент (%)
январь	-40
февраль	-20
март	+15
апрель	+10
май	0
июнь	0
июль	0
август	0
сентябрь	+20
октябрь	+30
ноябрь	+30
декабрь	+40

****wGRP инвентарини нархини ҳисоблашда қўлланиладиган устамалар:	Устама ҳажми (%)
¹³ Реклама блокадаги биринчи/охирги реклама ўрнини белгилаш учун қўшимча устама	+15
¹³ Реклама блокадаги иккинчи/охиргидан олдин реклама ўрнини белгилаш учун қўшимча устама	+10
¹³ Реклама блокадаги бошқа исталган позициядаги реклама ўрнини белгилаш учун қўшимча устама	+5
¹⁴ Реклама давомийлиги учун қўшимча ҳақ	+100

¹ wGRP инвентари – телеканал дастурининг эфирда реклама роликларини жойлаштириш бўйича телекомпания хизматлари ҳажмининг шартли ўлчов бирлиги, турли давомийликдаги реклама роликларини жойлаштиришда ўпланган телеканалнинг асосий аудиторияси учун рейтингларийиндисиди шартли 30 (ўттиз) сониялик реклама ролиги га қисқартирилган ҳолда ифодаланади., бу қуйидаги ҳисобланади:

wGRP инвентари реклама ролигининг секундлардаги давомийлиги ва ушбу реклама жойлаштирилган реклама блокининг рейтинглари (GRP) кўпайтмасига тенг бўлиб, 30 сонияга бўлинади, бунда GRP - реклама блокининг рейтингларининг ҳақиқий йиндисиди бўйича Каналнинг базовий аудиторияси.

² Телеканал базовий аудиторияси – wGRP инвентарининг нархини аниқлашда ҳисобга олинган телеканал аудиторияси. Телеканалнинг асосий аудиторияси умумий хусусиятларга, хусусан, демографик хусусиятларга (жинс, ёш, яшаш жойи) ва бошқаларга эга бўлган томошабинлар гуруҳидан иборат.

³ wGRP инвентари нархи - 30 сониялик реклама учун wGRP инвентарь бирлигининг нархи.

⁴ Реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш – Буюртмачининг реклама роликларини телеканал эфирда фақат маълум реклама блокларида, маълум вақт ва кунларда жойлаштириш.

⁵ Футбол трансляциялари вақтида реклама ролигини қатъий белгиланган жойга жойлаштириш – Эфирда кўрсатиш учун тегишли лицензиялар олинган футбол мусобақалари вақтида мижознинг реклама роликларини телеканал эфирда жойлаштириш (UEFA Чемпионлар лигаси, UEFA Европа лигаси, UEFA Конфедерация лигаси, UEFA Суперкубоги, Италия чемпионати, Испания чемпионати, Италия кубоги ва ҳ.к.)

⁶ Агентлик чегирмаси - бучегирма Реклама агентлиги га тақдим этилади.

⁷ Реклама буюртмасининг умумий қиймати учун чегирма – ушбу чегирма Ўзбекистон МТРК телеканаллари: «Кинотеатр», «Ёшлар», «Болажон», «Наво» да wGRP инвентари йиндисиди тарзида берилади, ҳар бир ҳисобот йилида алоҳида реклама берувчи учун реклама буюртмаси ҳақиқий қийматидан келиб чиқиб ҳисобланади.

⁸ Реклама буюртмасининг умумий қийматини ошириш учун чегирма – ушбу чегирма 2023 йилда МТРК телеканаллари: Кинотеатр, Ёшлар, Болажон, Наво телеканалларида реклама буюртмасининг умумий қиймати 2022 йилдаги реклама буюртмасининг ҳақиқий умумий қийматиганисбатан ошириш шарт билан берилади. 2023 йилда реклама буюртмасининг умумий қийматини ошириш учун чегирма 2022 йилда умумий ҳақиқий қиймати 400 000 000 (тўрт юз миллион) сўмдан кам бўлган битимларганисбатан қўлланилмайди.

⁹ Календарь режасини амалга ошириш учун чегирма – ушбу чегирма реклама буюртмаси нархининг ойлик тақсимотини кўрсатган ҳолда, wGRP инвентарини сотиб олиш режасини тақдим қилганда қўлланилади. Календарь режани бажариш учун чегирма, агар ҳар бир ҳисобот ойида сотилган инвентарининг ҳақиқий қиймати ва Реклама буюртмасида эълон қилинган қиймат ўртасидаги оғиш 30% дан ошмаса (реклама буюртмасининг эълон қилинган ойлик нархидан оғиш минус 30%) амал қилади).

¹⁰**Тўлов жадвали учун чегирма** –бу чегирма, агар Буюртмачи телеканал дастури эфирда реклама роликларини жойлаштириш учун икки ёки ундан ортиқ ойлик учун 100% миқдоридан олдиндан тўлаган бўлса, тақдим этилади. Шу билан бирга, олдиндан тўланган ойлarning ҳар бирида Реклама буюртмасининг нархи олдиндан тўланган ойлар умумий суммасининг камида 10% бўлиши керак. Тўловлар жадвали бўйича чегирма Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг Реклама буюртмасини имзолаш вақтидаги асосий курсидан келиб чиққан ҳолда ҳисобланади ва фақат олдиндан тўлов амалга оширилган ойлар учун берилади. Тўлов жадвалидаги чегирма қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$((1+a)^{(b/12)}-1) * 100\%$, бунда:

a – Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг реклама буюртмасини имзоланган пайтдаги асосий курси;

b – олдиндан тўланган ойлар сони.

¹¹**Мавсумий коэффициент** – Прейскурантга мувофиқ маълум бироида wGRP инвентари нархининг ўсиши ёки камайиши фоизи.

¹²**МТРК сплит чегирмаси** – ушбу чегирма қуйидагиларга тааллуқлидир:

- 20% миқдоридан реклама буюртмасининг бюджетини телеканалларда улушлар бўйича тақсимлашга қатъий риоя қилган ҳолда жойлаштириш учун: «Кинотеатр» – 30%, «Ёшлар» – 20%, «Болажон» – 30%, «Наво» – 20%, прайм-тайм улуши (18:00-23:59) 50% дан кўп бўлмаган;

- 15% миқдоридан, реклама буюртмасининг бюджетини телеканалларда улушлар бўйича тақсимлашга қатъий риоя қилган ҳолда жойлаштириш учун: «Кинотеатр» – 40%, «Ёшлар» – 30%, «Наво» – 30%, прайм-тайм улуши (18: 00-23:59) 50% дан ошмаслиги керак.

¹³**Рекламани реклама блокадаги позициясини белгилаш учун устама** - бу қўшимча тўлов реклама блокнинг маълум бир жойида рекламаларни ўрнатиш учун қўлланилади.

¹⁴**Реклама давомийлиги учун қўшимча устама**–ушбу қўшимча тўлов телеканалларда 40 сония ёки ундан ортиқ давомийликдаги рекламаларни жойлаштиришда wGRP инвентаризацияси нархига қўлланилади.

***Прайм-тайм** – ишкунларива дам олишкунларисоат 18:00 дан 23:59 гача телеканал эфир вақти.

****Оффпрайм-тайм** – ишкунларива дам олишкунларисоат 00:00 дан 17:59 гача телеканал эфир вақти.

*****Чегирма**– ушбу Прейскурантда кўрсатилган шартлар бажарилганда, wGRP инвентари қийматининг камайиши фоизи.

******Устама** – ушбу Прейскурантда кўрсатилган шартлар бажарилганда, wGRP инвентари қийматининг кўпайиши фоизи.

Телеканал эфирда реклама роликларини жойлаштириш нархини ҳисоблашда чегирмалар ва устамалар кетма-кет қўлланилади.

Чегирмалар ва устамалар, улар тақдим этилган шартлар бажарилмаган тақдирда бекор қилинади ва (ёки) қайта ҳисоблаб чиқилади.

wGRP инвентарини амалга ошириш реклама блокнинг рейтингини бўйича ҳисобланади.

wGRP инвентарининг ҳақиқий нархини ҳисоблаш телеканалнинг асосий аудиторияси томонидан реклама блокнинг ҳақиқий рейтингига асосланади.

0,05 дан кам рекламанинг ҳақиқий wGRP 0,05 деб ҳисобланади.

Тўлов шакли - бир ойлик жойлаштириш учун 100% олдиндан тўлов.

Ўзбекистон Республикасида расман байрам деб эълон қилинган кунлар учун тарифлар қўшимча равишда белгиланиши мумкин.

Ушбу Нархлар рўйхатига ўзгартириш ва қўшимчалар киритилиши мумкин.