

**ПРАЙС-ЛИСТ**  
на размещение рекламы в эфире телеканала «FTV»  
(с 01 февраля 2024 года по 31 декабря 2024 года)

Данный Прайс-лист действителен и применяется при реализации Инвентаря wGRP

Стоимость указана за <sup>1</sup>Инвентарь wGRP в суммах без учета НДС

<sup>2</sup>Базовая Аудитория Телеканала – все 18-54 Uzbekistan 100 000+

| <sup>4</sup> Фиксированное размещение рекламных роликов | <sup>3</sup> Стоимость Инвентаря wGRP (сум) |           | <sup>5</sup> Плавающее размещение рекламных роликов | <sup>3</sup> Стоимость Инвентаря wGRP (сум) |           |
|---|---|-----------|---|---|-----------|
|   | *Прайм-тайм                                 | 7 540 000 |   | *Прайм-тайм                                 | 6 032 000 |
|   | **Офф прайм-тайм                            | 5 385 900 |   | **Офф прайм-тайм                            | 4 308 720 |

| <b>***Скидки, применяемые при расчете стоимости Инвентаря wGRP:</b> | <b>Размер скидки (%)</b> |
|---|--------------------------|
| <sup>6</sup> Агентская скидка                                       | -15                      |
| <sup>7</sup> Скидка за размер общей стоимости Рекламного заказа     | –                        |
| <sup>8</sup> Скидка за выполнение Календарного плана                | -10                      |
| <sup>9</sup> Скидка за график оплат                                 | –                        |
| <sup>10</sup> Конфигурационная скидка                               | -30                      |
| <sup>11</sup> Сезонный коэффициент                                  | –                        |

| <b>****Наценки, применяемые при расчете стоимости Инвентаря wGRP:</b>                                | <b>Размер наценки (%)</b> |
|--|---------------------------|
| <sup>12</sup> Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика первым/последним в рекламном блоке       | +15                       |
| <sup>12</sup> Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика вторым/предпоследним в рекламном блоке   | +10                       |
| <sup>12</sup> Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика в любой другой позиции в рекламном блоке | +5                        |
| <sup>13</sup> Наценка за кобрендинг  | +20                       |
| <sup>14</sup> Наценка за длительность рекламного ролика  | +100                      |
| <sup>15</sup> Наценка за содержание рекламного ролика  | +25                       |

<sup>7</sup>Скидка за размер общей стоимости Рекламного заказа:

| Стоимость Рекламного заказа (сум) | Размер скидки (%) |
|-----------------------------------|-------------------|
| 70 000 000                        | -36,17            |
| 100 000 000                       | -39,97            |
| 130 000 000                       | -42,76            |
| 160 000 000                       | -44,94            |
| 200 000 000                       | -47,32            |
| 250 000 000                       | -49,69            |
| 300 000 000                       | -51,62            |
| 350 000 000                       | -53,26            |
| 400 000 000                       | -54,67            |
| 450 000 000                       | -55,93            |
| 500 000 000                       | -57,05            |
| 550 000 000                       | -58,06            |
| 600 000 000                       | -58,98            |
| 650 000 000                       | -59,83            |
| 700 000 000                       | -60,61            |
| 750 000 000                       | -61,35            |
| 800 000 000                       | -62,03            |
| 850 000 000                       | -62,68            |
| 900 000 000                       | -63,28            |
| 950 000 000                       | -63,86            |

| Стоимость Рекламного заказа (сум) | Размер скидки (%) |
|-----------------------------------|-------------------|
| 1 000 000 000                     | -64,40            |
| 1 200 000 000                     | -66,33            |
| 1 400 000 000                     | -67,97            |
| 1 600 000 000                     | -69,38            |
| 1 800 000 000                     | -70,64            |
| 2 000 000 000                     | -71,75            |
| 2 200 000 000                     | -72,76            |
| 2 400 000 000                     | -73,69            |
| 2 600 000 000                     | -74,54            |
| 2 800 000 000                     | -75,32            |
| 3 000 000 000                     | -76,05            |
| 3 200 000 000                     | -76,74            |
| 3 400 000 000                     | -77,38            |
| 3 600 000 000                     | -77,99            |
| 3 800 000 000                     | -78,56            |
| 4 000 000 000                     | -79,11            |
| 4 200 000 000                     | -79,62            |
| 4 400 000 000                     | -80,12            |
| 4 600 000 000                     | -80,59            |
| 4 800 000 000                     | -81,04            |

| Стоимость Рекламного заказа (сум) | Размер скидки (%) |
|-----------------------------------|-------------------|
| 5 000 000 000                     | -81,47            |
| 5 200 000 000                     | -81,89            |
| 5 400 000 000                     | -82,29            |
| 5 600 000 000                     | -82,68            |
| 5 800 000 000                     | -83,05            |
| 6 000 000 000                     | -83,41            |
| 6 200 000 000                     | -83,76            |
| 6 400 000 000                     | -84,09            |
| 6 600 000 000                     | -84,42            |
| 6 800 000 000                     | -84,74            |
| 7 000 000 000                     | -85,04            |
| 7 200 000 000                     | -85,34            |
| 7 400 000 000                     | -85,63            |
| 7 600 000 000                     | -85,91            |
| 7 800 000 000                     | -86,19            |
| 8 000 000 000                     | -86,46            |

| <sup>11</sup> Сезонный коэффициент (%) |     |
|--|-----|
| январь                                 | -40 |
| февраль                                | -20 |
| март                                   | +5  |
| апрель                                 | 0   |
| май                                    | 0   |
| июнь                                   | 0   |
| июль                                   | 0   |
| август                                 | 0   |
| сентябрь                               | +20 |
| октябрь                                | +30 |
| ноябрь                                 | +30 |
| декабрь                                | +40 |

<sup>1</sup>**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), поделенное на 30 (тридцать) секунд, где GRP – фактическая сумма рейтингов по Базовой Аудитории Телеканала.

<sup>2</sup>**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.

<sup>3</sup>**Стоимость Инвентаря wGRP** – стоимость за единицу Инвентаря wGRP для рекламного ролика продолжительностью в 30 (тридцать) секунд.

<sup>4</sup>**Фиксированное размещение Рекламных роликов** – расстановка Заказчиком Рекламных роликов в Эфире Программы Телеканала с использованием ПО только в определенных Рекламных блоках, в конкретное время и дни. Фиксированный тип размещения может быть вытеснен Плавающим типом размещения в Аукционном блоке в случае, если стоимость размещения Рекламного ролика по Плавающему типу размещения окажется выше стоимости Рекламного ролика по Фиксированному типу размещения.

<sup>5</sup>**Плавающее размещение Рекламных роликов** – произвольная расстановка Рекламных роликов в свободные места Рекламных блоков, независимо от указаний Заказчика, в Эфире Телеканала без привязки к определенному аудиовизуальному произведению, времени размещения и дню выхода. Плавающее размещение не является гарантированным и приоритетным и может быть заменено Фиксированным размещением в случае отсутствия свободного места в Рекламном блоке в период размещения Рекламных роликов, указанным в Рекламном заказе, кроме случаев размещения Рекламных роликов в Аукционных рекламных блоках, если стоимость размещения Рекламного ролика по Плавающему типу дороже размещения Рекламного ролика по Фиксированному типу. Объём Плавающего размещения рекламных роликов не должен превышать 40% (сорока процентов) от общей стоимости Рекламного заказа за весь период размещения.

**Аукционный рекламный блок** – рекламный блок, постановка Рекламных роликов, в котором происходит на конкурсной основе для всех типов размещения согласно правилу: ролик с наивысшей стоимостью размещения помещается в блок первым, а затем следуют остальные в порядке убывания стоимости размещения.

<sup>6</sup>**Агентская скидка** – данная скидка предоставляется Рекламному агентству.

<sup>7</sup>**Скидка за размер общей стоимости Рекламного заказа** - данная скидка выдается накопительно по мере реализации Инвентаря wGRP в каждом отчетном месяце и рассчитывается исходя из фактической стоимости Рекламного заказа по отдельному Рекламодателю в каждом отчетном месяце. В случае, когда накопленная фактическая стоимость реализованного Инвентаря wGRP не соответствует значению скидки, указанному в таблице, будет предоставляться скидка, являющаяся промежуточным значением между размерами скидок в данной таблице, в размере, соответствующем накопленной фактической стоимости реализованного Инвентаря wGRP.

<sup>8</sup>**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% (тридцать процентов) в сторону уменьшения (отклонение от заявленной месячной стоимости Рекламного заказа минус 30%).

<sup>9</sup>**Скидка за график оплат** – данная скидка предоставляется в случае, если Заказчиком внесена предоплата 100% (сто процентов) стоимости 2 (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% (десять процентов) 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.

<sup>10</sup>**Конфигурационная скидка** – данная скидка не предоставляется в месяцах в случае, если:

рекламные ролики размещаются в Эфире Программы Телеканала, не входящего в пул ООО «International Media Service»;

рекламные ролики размещаются в Эфире Программы Телеканала, входящего в пул ООО «International Media Service», не через ПО, доступ к которому предоставляется ООО «International Media Service», и при отсутствии оплаты в пользу ООО «International Media Service» стоимости размещения рекламных роликов, за исключением интегрированной рекламы.

**Рекламный ролик** – аудиовизуальное произведение, содержащее рекламу Рекламодателя.

**Реклама** – специальная информация о лице, продукции, товаре, в том числе о товарном знаке, знаке обслуживания и технологии, информационном продукте, мероприятии, с целью прямого или опосредствованного получения прибыли (дохода).

**ПО** – программное обеспечение по планированию и размещению рекламных роликов в Эфире Программы Телеканала.

**Интегрированная реклама** – реклама товаров в кино, аудио и видеопроизведениях, эфире теле- и радиопередач, произведениях искусства, изображениях, компьютерных играх и других произведениях в виде основного или второстепенного реквизита, изображения товарного знака (знака обслуживания), соответствующего существующему товару или упоминание о нем в любой форме.

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

<sup>12</sup>**Наценка за фиксацию позиции рекламного ролика** – данная наценка применяется за фиксацию рекламных роликов в конкретном месте в рекламном блоке.

<sup>13</sup>**Наценка за Кобрендинг** – данная наценка применяется за размещение в рекламном ролике 2 (двух) или более Рекламодателей, объединенных одной целью, но обладающих разными товарами с разным товарным знаком (знаком обслуживания).

<sup>14</sup>**Наценка за длительность рекламного ролика** – данная наценка применяется к стоимости Инвентаря wGRP при размещении рекламных роликов в Эфире Программы Телеканала продолжительностью от 40 (сорока) секунд.

<sup>15</sup>**Наценка за содержание рекламного ролика** – данная наценка применяется в случае, если рекламный ролик содержит рекламу:

- биологически активных добавок к пище (БАД к пище) и (или) пищевых добавок;
- пива, натуральных и игристых вин, произведенных в Республике Узбекистан;
- энергетических напитков.

**Биологически активные добавки к пище (БАД к пище)** – концентраты, полученные при переработке продовольственного сырья или искусственным способом и предназначенные для непосредственного приема с пищей или введения в состав пищевых продуктов.

**Пищевые добавки** – природные или синтезированные вещества, соединения, преднамеренно вводимые в пищевые продукты с целью придания им заданных свойств и (или) их сохранения.

**\*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 ролика.

Расчет фактической стоимости Инвентаря wGRP осуществляется исходя из Фактического рейтинга рекламного ролика по Базовой аудитории Телеканала.

Фактический рейтинг (GRP) Рекламного ролика меньше 0.05 считается равным 0.05, после чего данный GRP приводится к wGRP. В случае, если wGRP Рекламного ролика оказывается меньше 0.05, wGRP считается равным 0.05.

Минимальная длительность Рекламного ролика составляет 5 сек. Максимальная длительность Рекламного ролика составляет 60 сек. При этом Рекламный ролик должен иметь длительность, кратную 5 (пяти) секундам. В случаях размещения Рекламного ролика длительностью не кратной 5 (пяти) секундам, длительность такого ролика округляется в большую сторону и приводится к длительности кратной 5 (пяти) секундам.

**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.**