

Политика за  
продажби  
2021  
Sales Policy  
2021

SH  
THE SALES HOUSE



# Съдържание

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Общи принципи                                  | 3  |
| Брутни цени на излъчване                       | 4  |
| Брутни цени на рейтинг точка                   | 5  |
| Разпределение по основни аудитории             | 6  |
| Коефициенти - описание                         | 7  |
| Прайм тайм коефициенти                         | 8  |
| Месечни коефициенти                            | 9  |
| Коефициенти за дължина                         | 10 |
| Коефициенти за AP форми                        | 11 |
| Надценки                                       | 12 |
| Отстъпки - описание                            | 13 |
| Отстъпки - обемни                              | 14 |
| Отстъпки - ръст, предплащане, ранно договаряне | 15 |
| Отстъпки - AP форми, спотове                   | 16 |
| Отстъпки - пакетна, крос медийна               | 17 |
| Допълнителни такси                             | 18 |
| Заклучителни условия                           | 19 |

# Content

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| General Principles                                | 3  |
| Gross costs per spots                             | 4  |
| Gross costs per rating point                      | 5  |
| Distribution by base audiences                    | 6  |
| Coefficients                                      | 7  |
| Prime Time coefficients                           | 8  |
| Monthly coefficients                              | 9  |
| Length coefficients                               | 10 |
| AA Forms coefficients                             | 11 |
| Surcharges                                        | 12 |
| Discounts                                         | 13 |
| Discounts - volume                                | 14 |
| Discounts - growth, prepayment, early negotiating | 15 |
| Discounts - AA forms, spots                       | 16 |
| Discounts - package, cross media                  | 17 |
| Additional Fees                                   | 18 |
| Final arrangements                                | 19 |

## Общи принципи

Условията, описани по-долу, се отнасят за всички ТВ канали, чието рекламно време се предлага от TSH – Discovery Channel, TLC, ID, Travel Channel, Eurosport 1, Duck TV, Nickelodeon, Nick Jr., Nicktoons, Cartoon Network, BG On Air, WNews, както и за нови ТВ канали, в случай, че такива бъдат добавени.

Всеки клиент може да избере между два вида закупуване на рекламно време – с цена на рейтинг точка или цена на излъчване.

При закупуване чрез цена на рейтинг точки, доставянето им се гарантира на 100% за всички рекламни форми, с изключение на продуктово позициониране. Информацията за рейтинги и мониторинг ще се отчете спрямо данните на GARB Аудиенс Межърмент България или друга система, посочена от TSH.

Гаранцията на рейтинг точки е в сила само когато TSH извършва детайлното планиране по дни, часови пояси и програми. TSH разпределя планирания бюджет на клиента по канали спрямо целевата група на клиента и това на коя от трите основни аудитории кореспондира.

При закупуване чрез цена на излъчване, клиентите могат да избират конкретни канали и предавания без ограничение в броя им, като при такива кампании не се гарантират рейтинг точки.

И при двата начина на купуване, следва да се начислят различните коефициенти, надценки и допълнителни такси, описани в настоящата политика, където те са приложими. Клиентите могат да ползват всички видове отстъпки, описани в настоящата политика, ако отговорят на условията за ползването им.

## General Principles

The below conditions apply to all TV channels, which advertising time is sold by TSH – Discovery Channel, TLC, ID, Travel Channel, Eurosport 1, Duck TV, Nickelodeon, Nick Jr., Nicktoons, Cartoon Network, BG On Air, WNews and any other TV channel that may be added.

Clients can choose between two types of buying advertising time – price per rating point or price per spot.

When buying rating points, their delivery is guaranteed 100% for all advertising forms, except for product placement activities. The ratings and monitoring data will be delivered by GARB Audience Measurement Bulgaria or other system, specified by TSH.

The rating points guarantee is valid only when TSH is responsible for the detailed planning per days, time slots and programs. TSH allocates the Clients' budget based on client's specific target group and to which of the three base audiences it corresponds.

When buying number of spots, clients can choose specific programs and channels without limitations of their number. No rating guarantee is done for such campaigns.

For both ways of buying, all coefficients, surcharges or additional fees described in the present Sales Policy should be applied, wherever applicable. The clients can use all the discounts described in the present Sales Policy if they accept and observe the terms of their acquisition.



## Брутни цени на излъчване

| Канал<br>Channel  | Цена за 30"<br>30" Price |
|-------------------|--------------------------|
| Discovery Channel | 230                      |
| Eurosport         |                          |

| Канал<br>Channel | Цена за 30"<br>30" Price |
|------------------|--------------------------|
| Nickelodeon      | 175                      |
| Nick Jr          |                          |
| Nicktoons        |                          |
| Cartoon Network  |                          |
| Duck TV          |                          |

Във всеки от предлаганите канали може да бъдат закупени отделни излъчвания в конкретни програми, спрямо базовите брутни цени в горната таблица. Няма ограничение за броя закупени излъчвания или броя използвани канали.

При закупуване по горните цени не се гарантират рейтинг точки. Цените се финализират след начисляване на всички приложими коефициенти, надценки и отстъпки, описани в настоящата политика.

TSH си запазва правото да обявява различни цени от горните за специални програми през годината.

## Gross costs per spot

| Канал<br>Channel | Цена за 30"<br>30" Price |
|------------------|--------------------------|
| TLC              | 115                      |
| ID               |                          |
| Travel Channel   |                          |

| Канал<br>Channel    | Цена за 30"<br>30" Price |
|---------------------|--------------------------|
| Fine Living Network | 60                       |
| Food Network        |                          |

A single spot to be aired in a specific program can be bought in all channels according to the prices in the above table. There are no limitations for the number of airings to be bought as well as for the number of channels used.

No rating points guarantees are made for such airings.

The prices are finalized after calculating all applicable coefficients, surcharges and discounts, described in the present Sales Policy.

TSH has the right to announce different prices from the above for special programs in the course of the year.





| Целева група Target Group | A 18-49 | F 25-54 | M 18-49 |
|---------------------------|---------|---------|---------|
| Брутна ЦРТ Gross CpP      | 714     | 669     | 714     |

TSH определя горните базови брутни цени на рейтинг точка на рекламните излъчвания. Цените ще бъдат прилагани към гарантираните рейтинг точки за всяко едно предаване от тарифата след начисляване на всички приложими коефициенти, надценки и отстъпки, описани в настоящата политика. Гарантираните рейтинг точки ще бъдат оповестявани за всеки месец от годината, най-късно една седмица преди началото на месеца.

TSH defines the above base gross costs per rating point of the advertising spots. The CpPs will be applied to the guaranteed rating points for each program in the Rate card after calculating all applicable coefficients, surcharges and discounts described in the present Sales Policy. The guaranteed rating points will be published each month latest one week before the beginning of the month.





## Разпределение по канали и аудитории

| Всички<br>ALL     | Мин<br>Min | Макс<br>Max |
|-------------------|------------|-------------|
| Discovery Channel | 16%        | 21%         |
| TLC               | 8%         | 13%         |
| ID                | 3%         | 5%          |
| Eurosport         | 4%         | 6%          |
| Travel Channel    | 3%         | 5%          |
| Duck TV           | 3%         | 6%          |
| Nickelodeon       | 17%        | 22%         |
| Nick Jr.          | 9%         | 12%         |
| Nicktoons         | 3%         | 9%          |
| Cartoon Network   | 20%        | 28%         |
| BG On Air         | 2%         | 5%          |
| WNews TV          | 1%         | 3%          |

| Жени<br>FEMALE    | Мин<br>Min | Макс<br>Max |
|-------------------|------------|-------------|
| Discovery Channel | 11%        | 15%         |
| TLC               | 10%        | 16%         |
| ID                | 3%         | 5%          |
| Eurosport         | 1%         | 3%          |
| Travel Channel    | 3%         | 5%          |
| Duck TV           | 5%         | 10%         |
| Nickelodeon       | 19%        | 25%         |
| Nick Jr.          | 9%         | 12%         |
| Nicktoons         | 3%         | 8%          |
| Cartoon Network   | 21%        | 27%         |
| BG On Air         | 1%         | 4%          |
| WNews TV          | 2%         | 3%          |

## Channels Distribution by Audience

| Мъже<br>MALE      | Мин<br>Min | Макс<br>Max |
|-------------------|------------|-------------|
| Discovery Channel | 21%        | 28%         |
| TLC               | 6%         | 9%          |
| ID                | 4%         | 6%          |
| Eurosport         | 4%         | 10%         |
| Travel Channel    | 3%         | 6%          |
| Duck TV           | 0%         | 1%          |
| Nickelodeon       | 16%        | 20%         |
| Nick Jr.          | 9%         | 11%         |
| Nicktoons         | 3%         | 9%          |
| Cartoon Network   | 21%        | 28%         |
| BG On Air         | 2%         | 5%          |
| WNews TV          | 0%         | 1%          |

TSH разпределя бюджета по канали спрямо целевата група на клиента и това на коя основна аудитория отговаря. Точното разпределение се финализира с клиента, като то трябва да е съобразено с посочените по-горе граници.

TSH allocates the Clients' budget in the channels based on the client's specific target group and to which base audience it corresponds. The exact channel distribution is finalized with the client and it should be in line with the limits shown above.



## Коефициенти

Върху двата вида цени – за рейтинг точка и за излъчване, се начисляват четири вида коефициенти:

**Прайм-тайм коефициенти** – базовите цени са изчислени при използване на до 50% от бюджета в Прайм-тайм. При различен процент се използват коефициентите, описани по-надолу.

**Месечни коефициенти** – начисляват се спрямо месеца, в който ще се излъчат рекламните форми.

**Коефициенти за дължина** – начисляват се спрямо дължината на рекламното излъчване

**Коефициенти за AP форми** – използват се при алтернативните рекламни форми спрямо конкретния формат, който ще се използва

**Надценки** – използват се при желание за гарантиране на преференциално позициониране или при наличие на съвместна реклама с друг клиент.

## Coefficients

For both types of pricing, four types of coefficients are applied:

**Prime Time coefficients** – the base prices are calculated for budgets distributed up to 50% in Prime time. If another percentage will be used, the below described coefficients should be used.

**Monthly coefficients** – they are applied according to the month in which the advertising will be aired.

**Length coefficients** – applied on the standard advertising spot according to its length.

**AA Forms coefficients** – applied based on the specific format that will be aired.

**Surcharges** – used when premium positioning is required or co-advertising is present in the advertising form.

## Прайм-тайм коефициенти

## Prime Time Coefficients

| % от бюджета в ПТ / % of the budget in PT |       |       |       |       |       |       |
|-------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ≤ 30%                                     | ≤ 40% | ≤ 50% | ≤ 60% | ≤ 70% | ≤ 80% | > 80% |
| 80%                                       | 90%   | 100%  | 110%  | 120%  | 130%  | 140%  |

TSH продава рекламното време на представляваните канали спрямо Прайм Тайм (ПТ) пояса, дефиниран от 17:30 – 01:00.

Всички рекламни блокове преди и в определено предаване се асоциират със съответното предаване. Ако началото или краят на предаване са на границата между два часови пояси, всички рекламни блокове, асоциирани с даденото предаване се считат за излъчени в часовия пояс на предаването, към което се числи то.

Горните коефициенти се прилагат и към двата вида цени спрямо процента от бюджета, инвестиран в Прайм Тайм.

TSH sells the commercial time of the represented channels based on the definition of the Prime-Time (PT) slot - 17:30 – 01:00.

All commercial breaks before and in a respective program are associated with this program. If the beginning/end of a program is on the verge of any of the time zones, all associated breaks to the program are considered as aired in the time zone of the program.

The above coefficients are applied to the both price types, according to the budget investment in Prime Time.

## Месечни коефициенти

## Monthly Coefficients

| Месец         | Яну | Фев  | Мар  | Апр  | Май  | Юни  | Юли  | Авг | Сеп  | Окт  | Ное  | Дек  |
|---------------|-----|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|
| Month         | Jan | Feb  | Mar  | Apr  | May  | Jun  | Jul  | Aug | Sep  | Oct  | Nov  | Dec  |
| Индекс/ Index | 80% | 105% | 120% | 130% | 130% | 125% | 105% | 90% | 120% | 135% | 140% | 120% |

TSH определя горната скала за изчисляване на цените на рекламните излъчвания през годината. Скалата е еднаква за всеки от телевизионните канали, предмет на настоящата политика за продажби.

Коефициентите се прилагат и към двата вида цени - на рейтинг точка и на излъчване, според месеца на излъчване.

TSH defines the above scale for calculating the prices of the spots during the year. The scale is equal for each of the channels subject to the present Sales Policy.

The coefficients are applied on both type of prices - the base gross cost per rating point and to the spot price, for the respective month of airing.

## Коефициенти за дължина

## Length coefficients

| Цена за: | Изчислява се като:  |
|----------|---------------------|
| 5" спот  | 50% от цена за 30"  |
| 10" спот | 60% от цена за 30"  |
| 15" спот | 80% от цена за 30"  |
| 20" спот | 85% от цена за 30"  |
| 25" спот | 95% от цена за 30"  |
| 30" спот | 100% от цена за 30" |

| Цена за: | Изчислява се като:  |
|----------|---------------------|
| 35" спот | 120% от цена за 30" |
| 40" спот | 140% от цена за 30" |
| 45" спот | 160% от цена за 30" |
| 50" спот | 180% от цена за 30" |
| 55" спот | 190% от цена за 30" |
| 60" спот | 200% от цена за 30" |

| Price for: | Equals to:       |
|------------|------------------|
| 5" spot    | 50% x 30" price  |
| 10" spot   | 60% x 30" price  |
| 15" spot   | 80% x 30" price  |
| 20" spot   | 85% x 30" price  |
| 25" spot   | 95% x 30" price  |
| 30" spot   | 100% x 30" price |

| Price for: | Equals to:       |
|------------|------------------|
| 35" spot   | 120% x 30" price |
| 40" spot   | 140% x 30" price |
| 45" spot   | 160% x 30" price |
| 50" spot   | 180% x 30" price |
| 55" spot   | 190% x 30" price |
| 60" spot   | 200% x 30" price |

TSH определя горната скала за изчисляване на цените на рекламните излъчвания, които са кратни на 5. Скалата е еднаква за всеки от телевизионните канали, предмет на настоящата политика за продажби. Спотовете с междинни дължини (минимум 3 секунди) се закръгляват както следва: завършващите на 1, 2, 6 и 7 – към по ниската, а на 3, 4, 8 и 9 – към по-високата стойност.

За коефициент за дължини, различни от горните, може да се обърнете към представител на TSH.

TSH defines the above scale for calculating the prices of the spots which length is divisible by 5. The scale is equal for each of the channels subject to the present Sales Policy. The prices of spots with different lengths (minimum 3 seconds) are calculated as follows: the ones whose length ends in 1, 2, 6 and 7 shall be rounded to the lower price and the ones whose length ends in 3, 4, 8 and 9 shall be rounded to the higher price.

For length coefficient different than the above, please check with TSH representative.

## Коефициенти за AP форми

| Вид форма                | Индекс към цена за 30" спот | Дължина в секунди         |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Спонсорски заставки      | 135%                        | 7" + 7"                   |
| Брандирана шапка реклама | 135%                        | 5" + 5"                   |
| Творческа идея           | 135%                        | 30"                       |
| Брандиран спот           | 135%                        | Според дължината на спота |
| Въпрос/ Отговор          | 162%                        | 10" + 10"                 |
| Рекламен филм            | 810%                        | 180"                      |
| Хоризонтална форма       | 100%                        | 10"                       |
| Вертикална форма         | 100%                        | 10"                       |
| Хориз. + верт. форма     | 150%                        | 10"                       |
| Продуктово позициониране | 300%                        | Според съдържанието       |
| Спонсорство на канал     | 104%                        | 15"                       |

TSH определя горната скала за изчисляване на цените на алтернативни рекламни форми. Скалата е еднаква за всеки от телевизионните канали, предмет на настоящата политика за продажби.

За форми, различни от горните, може да се обърнете към представител на TSH. Възможно е не всички форми да са налични за излъчване във всички представяни канали – за повече информация може да се обръщате към TSH.

## AA Forms Coefficients

| AA Forms              | Index to 30" spot price | Length in seconds            |
|-----------------------|-------------------------|------------------------------|
| Sponsorship tags      | 135%                    | 7" + 7"                      |
| Branded Break Bumpers | 135%                    | 5" + 5"                      |
| Smart Ideas           | 135%                    | 30"                          |
| Ident Commercial      | 135%                    | Acc. To Client's spot length |
| Break Keepers         | 162%                    | 10" + 10"                    |
| Commercial Vignette   | 810%                    | 180"                         |
| Cut-in                | 100%                    | 10"                          |
| Skyscraper            | 100%                    | 10"                          |
| Content split         | 150%                    | 10"                          |
| Product placement     | 300%                    | Content depending            |
| Channel Sponsorship   | 104%                    | 15"                          |

TSH defines the above scale for calculating the prices of the alternative advertising forms. The scale is equal for each of the channels subject to the present Sales Policy.

For length coefficient different than the above, please check with TSH representative. It is possible not all of the above forms to be eligible for airing in all represented channels – please check for further information with TSH.

## Надценки

| Надценка                          | Коефициент |
|-----------------------------------|------------|
| Избор на блок                     | 10%        |
| Първа/последна позиция в блок     | 30%        |
| Втора/предпоследна позиция в блок | 15%        |
| Избор на блок + позиция           | 40%        |
| Първа и последна позиция в блок   | 35%        |
| Тандемно излъчване в блок         | 20%*       |
| Съвместна реклама                 | до 40%     |
| Комбинирана реклама               | 80%        |

\* върху цената на втория спот

В случай, че клиентът желае да купи конкретен рекламен блок или позиция в блок, се прилагат горните надценки.

Надценка за съвместна реклама се прилага когато в материала присъства марка на друг клиент в до 30% от дължината.

Надценка за комбинирана реклама се прилага когато присъствието на друг клиент в материала е в над 30% от дължината.

## Surcharges

| Surcharge                   | Coefficient |
|-----------------------------|-------------|
| Break choice                | 10%         |
| First/last in break         | 30%         |
| Second/before last in break | 15%         |
| Break choice + position     | 40%         |
| First and Last in Break     | 35%         |
| Tandem spots in one break   | 20%*        |
| Co-advertising              | up to 40%   |
| Combined advertising        | 80%         |

\* applied on the second spot price

In case a client wants to buy a certain advertising break or a position in such, the above surcharges are applied.

Co-advertising surcharge is applied if a brand of another client is presented in the commercial material in up to 30% of its length.

Combined advertising surcharge is applied when the presence of an additional client is in more than 30% of the material's length.



## Отстъпки

Рекламодателите и рекламните агенции, които имат договор за излъчване на телевизионни търговски съобщения с TSH, могат да се възползват от предложените по-нататък отстъпки при приемане и спазване на условията за тяхното предоставяне. Рекламните агенции могат да поемат гаранции и да подписват договори от името на своите клиенти, ако са предварително овластени за това и в рамките на предоставените им правомощия.

Предоставянето и получаването, на която и да е от изброените отстъпки, не е предварително условие за сключване на договор за излъчване на търговски съобщения.

Всички използвани отстъпки с изключение на крос-медийната отстъпка се сумират и общият процент се прилага върху съответния вид брутна цена – за рейтинг точка или за излъчване.

Крос-медийната отстъпка се начислява върху нетната цена след прилагане на сумата от всички останали отстъпки.

## Discounts

Advertisers and advertising agencies who have signed a contract for broadcasting of TV commercial communications with TSH may be granted the discounts described onward if they accept and observe the terms for discount acquisition. The advertising agencies can make guarantees and sign contracts on behalf of their clients in case they are authorized in advance for doing this and within the provided powers.

Granting and obtaining any of the described discounts is not a precondition for the conclusion of a contract for broadcasting of TV commercial communications.

All discounts used except for the cross-media are summed up and the total percentage is applied to the gross price used – per rating point or per spot.

The cross-media discount is applied on the net price after applying the sum of all the other discount.



## Отстъпки

| Годишен кумулативен нет обем/ Annual Cumulative net volume |                    |           |                    |
|------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------------|
| Над/ Over                                                  | Отстъпка/ Discount | Над/ Over | Отстъпка/ Discount |
| 12 000                                                     | 1%                 | 235 000   | 9%                 |
| 16 000                                                     | 2%                 | 350 000   | 10%                |
| 23 000                                                     | 3%                 | 525 000   | 11%                |
| 35 000                                                     | 4%                 | 785 000   | 12%                |
| 50 000                                                     | 5%                 | 1 170 000 | 13%                |
| 70 000                                                     | 6%                 | 1 755 000 | 14%                |
| 105 000                                                    | 7%                 | 2 630 000 | 15%                |
| 160 000                                                    | 8%                 |           |                    |

**Отстъпка за кумулативен обем** – предоставя се срещу гарантиране на годишен обем за каналите, предлагани от TSH за периода 1 януари – 31 декември 2021. Нетният бюджет е равен на сумата от всички схеми на излъчване, заявени и излъчени в тези канали за 2021г, след начисляване на отстъпки.

При гарантиране на по-висок обем, по-високата отстъпка влиза в сила от месеца на писменото гарантиране без да се прави преизчисляване на заявките от предните месеци.

При неизпълнение на гарантирания бюджет в края на годината, отстъпката се преизчислява спрямо реално постигнатия обем на агенцията.

**Отстъпка за обем на клиент** – всички условия за отдаване на горната отстъпка са в сила, но се отчита обема на индивидуален клиент.

Двете отстъпки не се изключват взаимно и могат да се ползват едновременно при изпълнение на условията за отдаването им.

## Discounts

| Годишен нетен обем на клиент/ Annual Net Client Volume |                    |           |                    |
|--------------------------------------------------------|--------------------|-----------|--------------------|
| Над/ Over                                              | Отстъпка/ Discount | Над/ Over | Отстъпка/ Discount |
| 3 000                                                  | 1%                 | 77 000    | 9%                 |
| 5 000                                                  | 2%                 | 110 000   | 10%                |
| 8 000                                                  | 3%                 | 160 000   | 11%                |
| 12 000                                                 | 4%                 | 225 000   | 12%                |
| 18 000                                                 | 5%                 | 320 000   | 13%                |
| 26 000                                                 | 6%                 | 455 000   | 14%                |
| 37 000                                                 | 7%                 | 645 000   | 15%                |
| 54 000                                                 | 8%                 |           |                    |

**Cumulative volume discount** – it is granted according to the guaranteed net budget for the channels, represented from TSH for the period Jan 1<sup>st</sup> – Dec 31<sup>st</sup> 2021. The net budget is equal to the sum of all schemes, ordered and broadcasted in these channels in 2021 after deducting all applicable discounts.

If a higher volume is guaranteed, the higher discount is granted from the month of guaranteeing the higher volume in written without recalculating the schemes from the previous months. If the guaranteed budget is not reached at the end of the year, the volume discount will be recalculated according to the actually achieved budget of the agency.

**Client Volume Discount** – all conditions for granting the discount from the above are valid but the volume of an individual client is calculated.

The discounts are not excluding one another and can be used simultaneously if the conditions for granting them are kept.

| Нетен ръст | Отстъпка |
|------------|----------|
| Net Growth | Discount |
| New Client | 5%       |
| 15%        | 6%       |
| 30%        | 7%       |
| 50%        | 8%       |
| 80%        | 10%      |

| Авансово плащане      | Отстъпка |
|-----------------------|----------|
| Advance Payment       | Discount |
| На кампания/ Campaign | 2%       |
| Годишно/ Annual       | 4%       |

| Ранно договаряне  | Отстъпка |
|-------------------|----------|
| Early negotiating | Discount |
| 18 . 12 . 2020    | 12%      |
| 08 . 01 . 2021    | 9%       |
| 29 . 01 . 2021    | 5%       |

**Отстъпка за ръст в обема** – предоставя се на клиенти, които генерират ръст в нетната инвестиция за 2021г спрямо 2020г за всички канали, представяни от TSH. При достигане/гарантиране на по-висок ръст, по-високата отстъпка влиза в сила от месеца на гарантирането/постигането без преизчисляване на предходни заявки. Ако гарантираният ръст не е достигнат в края на годината, отстъпката се преизчислява спрямо реално постигнатия обем.

**Отстъпка за предплащане** – предоставя се за 100% авансово предплащане на кампания или на гарантирания годишен бюджет в срок до 2 работни дни преди началото на кампанията. Ако клиентът има предишни забавени плащания, отстъпката не може да бъде начислена, дори да има направено предплащане. NB! За нови клиенти задължително се прави 100% предплащане.

**Отстъпка за ранно договаряне** – предоставя се на клиенти, които подписват годишно споразумение в посочените срокове.

**Net Growth Discount** – it is granted to clients who generates growth in the net investment for 2021 vs 2020 for all channels, represented by TSH. If a higher growth is guaranteed, the higher discount will be applied from the month of the guaranteeing in written without recalculation of previous orders. If the guaranteed growth is not reached, the discount is recalculated according to the actually achieved growth.

**Prepayment Discount** – it is granted if 100% prepayment of a campaign or of the annual budget is made up to 2 working days before the campaign start. If the client has previous delayed payments the discount is not granted even if the prepayment is done on time. NB! New clients should prepay 100% in any case.

**Early negotiating discount** – it is granted to clients who sign an annual agreement in the respective deadlines.

## Отстъпки

| AP бюджет спрямо общия | Отстъпка |
|------------------------|----------|
| AA Budget vs Total     | Discount |
| Поне/ At Least 10%     | 6%       |
| Поне/ At Least 15%     | 8%       |
| Поне/ At Least 20%     | 10%      |

**Отстъпка за AP форми** – предоставя се на клиенти, които използват част от бюджета си за алтернативни форми на реклама. Отстъпката се предоставя както на кампании, така и на годишна база при наличие на гаранция за инвестиция в AP форми от годишния бюджет на клиента.

**Купуване на спотове** – предоставя се на клиенти, които използват brutните цени на излъчване.

## Discounts

| Купуване на спотове     | Отстъпка |
|-------------------------|----------|
| Spot Buying             | Discount |
| Без гаранция на рейтинг | 10%      |
| No rating guarantee     |          |

**AA Forms Discount** – it is granted to clients who invest a certain part of their budget in AA forms. The discount can be used on a campaign basis as well as through the year if there is a guarantee for AA forms budget from the client's annual budget.

**Spot buying discount** – it is granted to clients who use the gross prices per spot.

## Отстъпки

| Брой канали        | Отстъпка |
|--------------------|----------|
| Number of channels | Discount |
| Поне/ At Least 6   | 10%      |
| Поне/ At Least 10  | 15%      |

**Пакетна отстъпка** – предоставя се на клиенти, които ползват определен брой канали от представяваните такива от TSH.

**Крос медийна отстъпка** – предоставя се на клиенти, които гарантират нетна инвестиция в The Web House (TWH) и/или SmartAd в определен размер над гарантирания бюджет в TSH. Начислява се върху нетната стойност след начисляване на сумата на всички останали отстъпки.

## Discounts

| Крос медии (% над ТВ)   | Отстъпка |
|-------------------------|----------|
| Cross Media (% over TV) | Discount |
| Поне/ At Least 15%      | 6%       |
| Поне/ At Least 25%      | >6% *    |

\* По договаряне, но не повече от 12%

\* Upon negotiation, but not more than 12%

**Package Discount** – it is granted to clients who use a certain number of channels from the portfolio of TSH.

**Cross Media Discount** – it is granted to clients, who guarantee an investment in The Web House (TWH) and/or SmartAd equal to a certain percentage above the guaranteed budget in TSH. It is applied on the net amount after applying the sum of all other discounts.



## Допълнителни такси

## Additional Fees



| Допълнителни такси                        | Надценка |
|-------------------------------------------|----------|
| Експресно заявяване/отмяна на схема       | 100 лв   |
| Закъснение при подаване на материал       | 100 лв   |
| Различна дължина на материала*            | 100 лв   |
| Отмяна на излъчвания след срока за заявки | 100%**   |

\* от подадената в заявката

\*\* от нетната стойност за дните извън срок

В случай на подаване или отмяна на заявки или излъчвания извън определение срокове се прилагат горните такси.

| Additional Fees                          | Surcharge |
|------------------------------------------|-----------|
| Urgent order/canceling of a campaign     | 100 BGN   |
| Late submission of a material            | 100 BGN   |
| Different length of a material*          | 100 BGN   |
| Cancelling of airings after the deadline | 100%**    |

\* than the one submitted in the order

\*\* of the net value for the days outside deadlines

In case of ordering/ cancelling of campaigns or material outside the set deadlines the above fees are applied.





## Заклучителни условия

Всички суми, посочени в настоящата политика са в български лева и без включен ДДС.

Всички плащания за заявени и излъчени кампании следва да бъдат направени в срок до 30 дни след издаване на фактура.

Настоящата политика на TSH е валидна за цялата 2021г. и урежда условията за търговските съобщения, излъчени в рамките на годината. Тя може да бъде променена с 15 дни предизвестие и ще бъде оповестена на сайта на TSH.

Контакти:

Сейлс Хаус ООД

София 1527

Ул. Панайот Волов 1, ет. 4

[www.saleshouse.bg](http://www.saleshouse.bg)

[sales@saleshouse.bg](mailto:sales@saleshouse.bg)

## Final Arrangements

All amounts in the present Sales Policy are in Bulgarian lev's and without VAT.

All payments for ordered and aired campaigns should be made up to 30 days after issuing the invoices.

The Sales Policy is valid for the whole 2021 and it arranges the conditions for airings of commercial materials in the course of the year. It can be changed with 15 days notice and it will be announced on the web site of TSH.

Contacts:

Sales House Ltd

Sofia 1527

1 Panayot Volov str., fl. 4

[www.saleshouse.bg](http://www.saleshouse.bg)

[sales@saleshouse.bg](mailto:sales@saleshouse.bg)

