



Политика за  
продажби 2019  
Sales Policy  
2019



# Съдържание

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Предлагани канали                  | 3  |
| Разпределение по основни аудитории | 4  |
| Часови пояси                       | 5  |
| Брутни цени на рейтинг точка       | 6  |
| Брутни пакетни цени                | 7  |
| Брутни цени на излъчване           | 8  |
| Коефициенти за дължина             | 9  |
| Коефициенти за AP форми            | 10 |
| Прайм тайм коефициенти             | 11 |
| Месечни коефициенти                | 12 |
| Отстъпки - описание                | 13 |
| Отстъпки Ниво 1 и 2                | 14 |
| Отстъпки Ниво 3                    | 15 |
| Отстъпки Ниво 4                    | 16 |
| Надценки                           | 17 |
| Допълнителни такси                 | 18 |
| Заклучителни условия               | 19 |

# Content

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Channels offered               | 3  |
| Distribution by base audiences | 4  |
| Time slots                     | 5  |
| Gross costs per point          | 6  |
| Gross package prices           | 7  |
| Gross costs per spots          | 8  |
| Length coefficients            | 9  |
| AA Forms coefficients          | 10 |
| Prime Time coefficients        | 11 |
| Monthly coefficients           | 12 |
| Discounts                      | 13 |
| Discounts Level 1 & 2          | 14 |
| Discounts Level 3              | 15 |
| Discounts Level 4              | 16 |
| Surcharges                     | 17 |
| Additional fees                | 18 |
| Final arrangements             | 19 |



## Предлагани канали

Условията, описани по-долу, се отнасят за всички ТВ канали, чието рекламно време се предлага от TSH: каналите на Дискавъри (Discovery Channel, TLC, ID, Travel Channel, Fine Living Network и Food Network), Канал 3, WNews, TV Европа, Bulgaria On Air, Bloomberg, както и за нови ТВ канали, в случай, че такива бъдат добавени.

TSH разпределя планирания бюджет на клиента по канали спрямо целевата група на клиента и това на коя от трите основни аудитории кореспондира.

TSH гарантира на 100% рейтинг точки, описани в детайли във всяка месечна тарифа, както за стандартната реклама, така и за всички алтернативни рекламни форми, с изключение на продуктовото позициониране. Изключение правят каналите, които не са включени в пийпълметричната система. Информацията за рейтинги и мониторинг ще се отчита спрямо данните на Нилсен Адмосфер България за каналите на Discovery и спрямо GARB Аудиенс Межърмент България за останалите канали.

Гаранцията на рейтинг точки е в сила само когато TSH извършва детайлното планиране по дни, часови пояси и програми. Планирането се извършва по най-ефективния начин за постигане на целите на всяка кампания, като е съобразено с конкретните параметри и ограничения на всеки индивидуален договор.

## Channels offered

The below conditions apply to all TV channels, which advertising time is sold by TSH: Discovery channels (Discovery Channel, TLC, ID, Travel Channel, Fine Living Network and Food Network), Channel 3, Wnews, TV Europa, Bulgaria On Air, Bloomberg, and any other TV channel that may be added.

TSH allocates the Clients' budget based on client's specific target group and to which of the three base audiences it corresponds.

TSH guarantees 100% rating points for all of its TV channels as described in detail in each monthly rate card, for standard advertising and for all alternative advertising forms, except for product placement activities. An exception from the latter are the channels not currently included in the peplemeter system. The ratings and monitoring data will be delivered by Nielsen Admosphere Bulgaria for the channels of Discovery, Inc. and by GARB Audience Measurement Bulgaria for the rest of the channels.

The rating points guarantee is valid only when TSH is responsible for the detailed planning per days, time slots and programs. The planning is done in the most effective way for reaching the targets of each campaign, taking into consideration the parameters and the limitations of each individual contract.

## Разпределение по канали и аудитории

## Channels Distribution by audience

| Всички<br>ALL     | Мин<br>Min | Макс<br>Max |
|-------------------|------------|-------------|
| Discovery Channel | 30%        | 40%         |
| TLC               | 12%        | 18%         |
| ID                | 9%         | 14%         |
| Eurosport         | 12%        | 17%         |
| Travel Channel    | 8%         | 11%         |
| FLN               | 2%         | 4%          |
| Food Network      | 1%         | 3%          |
| TV Европа         | 2%         | 6%          |
| Channel 3         | 2%         | 6%          |
| WNESS TV          | 0.2%       | 0.5%        |

| Жени<br>FEMALE    | Мин<br>Min | Макс<br>Max |
|-------------------|------------|-------------|
| Discovery Channel | 15%        | 22%         |
| TLC               | 25%        | 35%         |
| ID                | 12%        | 15%         |
| Eurosport         | 0%         | 7%          |
| Travel Channel    | 13%        | 18%         |
| FLN               | 4%         | 6%          |
| Food Network      | 2%         | 4%          |
| TV Европа         | 2%         | 6%          |
| Channel 3         | 2%         | 6%          |
| WNESS TV          | 0.5%       | 1.0%        |

| Мъже<br>MALE      | Мин<br>Min | Макс<br>Max |
|-------------------|------------|-------------|
| Discovery Channel | 50%        | 60%         |
| TLC               | 0%         | 7%          |
| ID                | 7%         | 12%         |
| Eurosport         | 18%        | 30%         |
| Travel Channel    | 4%         | 8%          |
| FLN               | 0%         | 3%          |
| Food Network      | 0%         | 2%          |
| TV Европа         | 2%         | 6%          |
| Channel 3         | 2%         | 6%          |
| WNESS TV          | -          | -           |

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.

\* Eurosport ще се предлага от юли 2019г, като дотогава бюджета за канала ще се преразпредели между останалите канали.

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.

\* Eurosport will be available as of Jul 2019. Its budget will be distributed to the other channels till then.



## Часови пояси

TSH продава рекламното време на представляваните канали спрямо два часови пояса:

Прайм Тайм (ПТ) – 18:00 – 00:00

Извън Прайм Тайм (ОПТ) – 00:00 – 18:00

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.



## Time Slots

TSH sells the commercial time of the represented channels with regard to two time zones:

Prime Time (PT) – 18:00 – 00:00

Outside Prime Time (OPT) – 00:00 – 18:00

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.



| Целева група Target Group | A 18-49 | F 25-54 | M 18-49 |
|---------------------------|---------|---------|---------|
| Брутна ЦРТ Gross Cpr      | 540     | 578     | 494     |

TSH определя горните 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 приложимите коефициенти, 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 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 described in the present Sales Policy. The guaranteed rating points will be published each month latest one week before the beginning of the month.

# Брутни пакетни цени Gross packages cost

|       |        | Брой излъчвания за 4 седмици / Number of airings in 4 weeks period |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-------|--------|--------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Ниво  | Бюджет | Яну                                                                | Фев | Мар | Апр | Май | Юни | Юли | Авг | Сеп | Окт | Ное | Дек |
| Level | Budget | Jan                                                                | Feb | Mar | Apr | May | Jun | Jul | Aug | Sep | Oct | Nov | Dec |
| 1     | 5 500  | 162                                                                | 129 | 112 | 100 | 100 | 104 | 129 | 144 | 109 | 96  | 91  | 109 |
| 2     | 8 250  | 281                                                                | 226 | 196 | 174 | 174 | 180 | 226 | 251 | 189 | 168 | 161 | 189 |
| 3     | 11 550 | 444                                                                | 357 | 309 | 274 | 274 | 284 | 357 | 396 | 296 | 263 | 255 | 296 |

TSH предлага три нива на пакети с фиксирани брутни бюджети и брой излъчвания. Излъчванията се разпределят между всички канали, предлагани от TSH, като поне 70% от тях се позиционират в групата на Discovery Channels.

При тези предложения не се гарантират рейтинг точки.

При клипове с дължина, различна от 30", броя излъчвания се преизчислява, за да се запази нивото на бюджета.

Възможни са минимални отклонения в точните бюджети поради закръглявания.

TSH offers three levels of packages with fixed gross budgets and number of airings. The airings are distributed among all channels offered by TSH and at least 70% of them will be aired in the group of Discovery channels.

No rating guarantees are made for these packages.

For copy lengths different than 30", the number of airings are recalculated to keep the budget level.

Minimal deviations in the budgets are possible due to rounding.

## Брутни цени на излъчване Gross costs per spot

| Канал<br>Channel    | Яну<br>Jan |     | Фев<br>Feb |     | Мар<br>Mar |     | Апр<br>Apr |     | Май<br>May |     | Юни<br>Jun |     | Юли<br>Jul |     | Авг<br>Aug |     | Сеп<br>Sep |     | Окт<br>Oct |     | Ное<br>Nov |     | Дек<br>Dec |     |
|---------------------|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|
|                     | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT | PT         | OPT |
| Discovery Channel   | 192        | 96  | 240        | 120 | 276        | 138 | 312        | 156 | 312        | 156 | 300        | 150 | 240        | 120 | 216        | 108 | 288        | 144 | 324        | 162 | 336        | 168 | 288        | 144 |
| TLC                 | 96         | 48  | 120        | 60  | 138        | 69  | 156        | 78  | 156        | 78  | 150        | 75  | 120        | 60  | 108        | 54  | 144        | 72  | 162        | 81  | 168        | 84  | 144        | 72  |
| ID                  | 96         | 48  | 120        | 60  | 138        | 69  | 156        | 78  | 156        | 78  | 150        | 75  | 120        | 60  | 108        | 54  | 144        | 72  | 162        | 81  | 168        | 84  | 144        | 72  |
| Travel Channel      | 96         | 48  | 120        | 60  | 138        | 69  | 156        | 78  | 156        | 78  | 150        | 75  | 120        | 60  | 108        | 54  | 144        | 72  | 162        | 81  | 168        | 84  | 144        | 72  |
| Fine Living Network | 96         | 48  | 120        | 60  | 138        | 69  | 156        | 78  | 156        | 78  | 150        | 75  | 120        | 60  | 108        | 54  | 144        | 72  | 162        | 81  | 168        | 84  | 144        | 72  |
| Food Network        | 48         | 24  | 60         | 30  | 69         | 35  | 78         | 39  | 78         | 39  | 75         | 38  | 60         | 30  | 54         | 27  | 72         | 36  | 81         | 41  | 84         | 42  | 72         | 36  |

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

При закупуване по горните цени не се гарантират рейтинг точки.

При клипове с дължина, различна от 30", се прилагат съответните коефициенти, описани в настоящата политика.

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

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.

For copy lengths different than 30", coefficients are applied, 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.



## 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

## AA Forms Coefficients

| Вид форма                | Индекс към цена за 30" спот | Дължина в секунди         |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Спонсорски заставки      | 100%                        | 7" + 7"                   |
| Спонсориран промо-анонс  | 60%                         | анонс + 10"               |
| Брандирана шапка реклама | 100%                        | 3" + 3"                   |
| Хоризонтална форма       | 100%                        | 10"                       |
| Вертикална форма         | 100%                        | 10"                       |
| Хориз. + верт. форма     | 150%                        | 10"                       |
| Продуктово позициониране | 300%                        | Според съдържанието       |
| Спонсорство на канал     | 104%                        | 15"                       |
| Въпрос/ Отговор          | 162%                        | 10" + 10"                 |
| Творческа идея           | 135%                        | 30"                       |
| Брандиран спот           | 135%                        | Според дължината на спота |
| Рекламен филм            | 810%                        | 180"                      |

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            | Index to 30" spot price | Length in seconds            |
|---------------------|-------------------------|------------------------------|
| Sponsorship tags    | 100%                    | 7" + 7"                      |
| Sponsored promo     | 60%                     | promo + 10"                  |
| Branded Break Bumps | 100%                    | 3" + 3"                      |
| Cut-in              | 100%                    | 10"                          |
| Skyscraper          | 100%                    | 10"                          |
| Content split       | 150%                    | 10"                          |
| Product placement   | 300%                    | Content depending            |
| Channel Sponsorship | 104%                    | 15"                          |
| Break Keepers       | 162%                    | 10" + 10"                    |
| Smart Ideas         | 135%                    | 30"                          |
| Ident Commercial    | 135%                    | Acc. To Client's spot length |
| Commercial Vignette | 810%                    | 180"                         |

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.

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

Коефициентите се прилагат към следните предлагани видове на закупуване на рекламно време спрямо процента от бюджета, инвестиран в Прайм Тайм:

- базова брутна цена на рейтинг точка
- брутна пакетна цена на излъчване

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

The coefficients are applied to the following ways of buying advertising time, according to the budget investment in Prime Time:

- on the base gross cost per rating point
- on the gross package price per spot

## Месечни коефициенти

## Monthly Coefficients

| Месец<br>Month | Яну<br>Jan | Фев<br>Feb | Мар<br>Mar | Апр<br>Apr | Май<br>May | Юни<br>Jun | Юли<br>Jul | Авг<br>Aug | Сеп<br>Sep | Окт<br>Oct | Ное<br>Nov | Дек<br>Dec |
|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Индекс/ Index  | 80%        | 100%       | 115%       | 130%       | 130%       | 125%       | 100%       | 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 към базовата брутна цена на рейтинг точка според месеца на излъчване. Коефициентите са вече приложени към брутните пакетни цени, описани в настоящата политика.

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 the base gross cost per rating point for the respective month of airing. The coefficients are already applied to the gross package prices, described in the present Sales Policy.

## Отстъпки

|        | Отстъпки          |                  |                     |
|--------|-------------------|------------------|---------------------|
| Ниво 1 | Кумулиран обем    |                  |                     |
| Ниво 2 | Индивидуален обем |                  |                     |
| Ниво 3 | Ръст в обема      | Ранно договаряне | Предплащане         |
| Ниво 4 | Пакетна           | АА форми         | Купуване на спотове |

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.

Отстъпките се изчисляват на четири последователни нива, като в някои от нивата е възможно да има сумиране на повече от един вид отстъпка, съгласно таблицата.

## Discounts

|         | Discounts         |                   |             |
|---------|-------------------|-------------------|-------------|
| Level 1 | Cumulative Volume |                   |             |
| Level 2 | Client Volume     |                   |             |
| Level 3 | Volume Growth     | Early negotiating | Prepayment  |
| Level 4 | Package           | AA Forms          | Spot buying |

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.

The discounts are calculated on four consecutive levels and within some of the levels there can be more than one discount which are summed up, according to the table.

# Отстъпки Ниво 1 & 2 Discounts Level 1 & 2

| Годишен кумулативен нет обем |          |
|------------------------------|----------|
| Над                          | Отстъпка |
| 20 000                       | 1%       |
| 30 000                       | 2%       |
| 40 000                       | 3%       |
| 60 000                       | 4%       |
| 80 000                       | 5%       |
| 130 000                      | 6%       |
| 350 000                      | 8%       |
| 550 000                      | 10%      |
| 750 000                      | 12%      |
| 950 000                      | 14%      |

| Годишен нетен обем на клиент |          |
|------------------------------|----------|
| Над                          | Отстъпка |
| 5 700                        | 1%       |
| 9 600                        | 2%       |
| 17 500                       | 3%       |
| 30 000                       | 4%       |
| 40 000                       | 5%       |
| 60 000                       | 6%       |
| 120 000                      | 8%       |
| 180 000                      | 10%      |
| 240 000                      | 12%      |
| 320 000                      | 14%      |

| Annual Cumulative Net Volume |          |
|------------------------------|----------|
| Over                         | Discount |
| 20 000                       | 1%       |
| 30 000                       | 2%       |
| 40 000                       | 3%       |
| 60 000                       | 4%       |
| 80 000                       | 5%       |
| 130 000                      | 6%       |
| 350 000                      | 8%       |
| 550 000                      | 10%      |
| 750 000                      | 12%      |
| 950 000                      | 14%      |

| Annual Net Client Volume |          |
|--------------------------|----------|
| Over                     | Discount |
| 5 700                    | 1%       |
| 9 600                    | 2%       |
| 17 500                   | 3%       |
| 30 000                   | 4%       |
| 40 000                   | 5%       |
| 60 000                   | 6%       |
| 120 000                  | 8%       |
| 180 000                  | 10%      |
| 240 000                  | 12%      |
| 320 000                  | 14%      |

**Отстъпка за кумулативен обем** – предоставя се срещу гарантиране на годишен обем за каналите, предлагани от TSH за периода 1 януари – 31 декември 2019. Нетният бюджет е равен на сумата от всички схеми на излъчване, заявени и излъчени в тези канали за 2019г, 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.

**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> 2019. The net budget is equal to the sum of all schemes, ordered and broadcasted in these channels in 2019 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.

## Отстъпки Ниво 3

## Discounts Level 3

| Нетен ръст | Отстъпка |
|------------|----------|
| Net Growth | Discount |
| 10%        | 4%       |
| 30%        | 8%       |
| 40%        | 11%      |

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

| Ранно договаряне  | Отстъпка |
|-------------------|----------|
| Early negotiating | Discount |
| 14 . 12 . 2018    | 12%      |
| 28 . 12 . 2018    | 9%       |
| 18 . 01 . 2019    | 5%       |

**Отстъпка за ръст в обема** – предоставя се на клиенти, които генерират ръст в нетната инвестиция за 2019г спрямо 2018г 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.

ВВ! 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 2019 vs 2018 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.

ВВ! 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 Ниво 4

## Discounts Level 4

| Брой канали        | Отстъпка |
|--------------------|----------|
| Number of channels | Discount |
| Поне/ At Least 5   | 8%       |
| Поне/ At Least 8   | 12%      |
| Поне/ At Least 11  | 14%      |

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

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

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

**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 пакетните цени, описани в настоящата политика.

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

**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 package prices described in the present Sales Policy.



## 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.

## Допълнителни такси

| 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

| 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 2019г. 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 levs 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 2019 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)

