



Ul. Grada Vukovara 68, 10 000 Zagreb

MB: 0419001, OIB: 10379310214

IBAN HR8925000091101357604

www.jabukatv.hr;

Marketing:
Tel: +385(0)1 7899 900;
Faks: +385(0)1 7899 945;
jabukatv@jabukatv.hr;

cjenik marketinških usluga unutar emisije LIFESTYLE TV!

Lifestyle TV! je magazin koji na zanimljiv način predstavlja novosti iz svijeta mode i ljepote. Tijekom 40 minuta magazin **Lifestyle TV!** pokušava svojim gledateljima proširiti modne horizonte i informira ih o najnovijim trendovima.

P R O M I D Ž B E N A P O N U D A

1. POJEDINAČNO EMITIRANJE SPOTA/TELOPA

Prije/unutar/iza cijena: 65,00 kn/sec

- u cijenu nije uračunata izrada promidžbenog materijala

LIFESTYLE TV! AKTUALNO - POGODNO ZA PROMOCIJU USLUGA I/ILI PROIZVODA!!! - govorimo o potrebi ljudi za podizanjem kvalitete života (u priču uključujemo potrebu za bijegom od stresne svakodnevice, putovanjima i sl.), te o određenim problemima vezanim uz zdravlje i ljepotu, razgovaramo sa stručnim osobama ili predstavnicima vaše tvrtke (u dogovoru sa Vama), te, kao rješenje, nudimo Vašu uslugu ili proizvod, prikazujući sva njegova svojstva

trajanje: cca. 3 - 4 min.
cijena: 4.680,00 Kn + PDV/ emisija

LIFESTYLE TV! INFO - noviteti i modna zbivanja u Hrvatskoj! Naše će kamere dati odgovore na sva aktualna pitanja! Upoznajemo gledatelje sa određenom promotivnom akcijom, seminarom, sajmom ili show-om, razgovaramo sa predstavnikom Vaše tvrtke ili određenog branda (osobe i pitanja u dogovoru sa Vama), te pratimo tijek akcije.

trajanje: cca. 3 - 4 min.
cijena: 4.680,00 Kn + PDV/ emisija

napomena:

- na navedene cijene zaračunavamo PDV
- uvjeti plaćanja: avansno

- navedene cijene vrijede od 001.03.2015. godine

Republika hrvatska

Vijeće za elektroničke medije

Na temelju članka 16. Statuta vijeća za elektroničke medije, vijeće je na svojoj 68. Sjednici održanoj dana 08. Prosinca 2005. Godine donijelo slijedeća

P r a v i l a

O emitiranju emisija pod pokroviteljstvom

Članak 1.

Polazeći od pozitivnih zakonskih pretpostavki, zasnovanih na odredbama zakona o elektroničkim medijima, konvenciji o prekograničnoj televiziji i protokolu o izmjenama europske konvencije o prekograničnoj televiziji, a uvažavajući potrebu definiranja zajedničkih pretpostavki emisija pod pokroviteljstvom, zaključak je slijedeće:

1. Neophodno je zajedničkim skupom pravila pojasniti ovu tehniku financiranja televizijskih programa, a da se u isto vrijeme televizijskom gledatelju, koji mora biti jasno informiran, zajamči najveća moguća transparentnost, te istodobno poštuju povlastice nositelja autorskih prava programskog sadržaja;
2. Uvažavajući sve obvezujuće zakone i podzakonske akte, zaključak je kako je pokroviteljstvo jasno definirano kao promidžbena tehnika koja se razlikuje od televizijskog oglašavanja, a karakterizira ju financiranje televizijskih programa;
3. Pokroviteljstvo nije televizijsko oglašavanje;
4. Uvjeti koje trebaju zadovoljiti programi pod pokroviteljstvom su definirani člankom 20. Stavkom 2. Zakona o elektroničkim medijima;
5. Ograničenja kako za pokrovitelje, tako i programe definirani su člankom 21. Zakona o elektroničkim medijima;
6. Tijekom prikazivanja programa pod pokroviteljstvom ne smije se eksplicitno pozivati na proizvode ili usluge sponzora ili treće strane, osim kada takvo pozivanje ili spominjanje služi isključivo u svrhu prepoznavanja sponzora ili stvaranja eksplicitne veze između programa i tvrtke koja ga sponzorira;
7. Spominjanje pokrovitelja može se ponavljati tijekom emisije pod pokroviteljstvom bez da pokrovitelj ima utjecaja na takvo spominjanje. Time se uklanjaju moguće nejasnoće prilikom uvođenja novih tehnika kao što su:
 - umetci (spominjanje polaganjem drugog sloja slike)
 - podsjetnici (spominjanje prije ili nakon moguće oglasne stanke)
 - najave (spominjanje tijekom najava)
8. Vijeće potvrđuje da postoji raznolikost i mnogostrukost formata pokroviteljstva čiji se razvoj tijekom godina povećava, od kojih su primjerice pokroviteljski spot ili kratak umetak ili natjecanja potrošača ili neki drugi format legitiman ukoliko zadovoljava opća obvezujuća načela;
9. Ukoliko je u emisiju pod pokroviteljstvom uključena klasična promidžba, ona mora biti jasno odvojena identifikacijskom oznakom kao propagandna poruka na početku i na kraju, takva poruka ili spot ili neka druga forma ne može biti izdvojena iz ukupne kvote oglasnog prostora izračunatog po satu emitiranja;
10. Ako predstavnici tijela lokalne uprave i samouprave gostuju u emisijama iznoseći informacije od javnog značaja, a pri tome predstavljaju svoj rad, važan za građane na području koncesije koju ostvaruje nakladnik i pritom su pokrovitelji takvog programskog sadržaja, takva emisija ne potpada pod odredbe članka 21. Stavka 2. I smatra se dopuštena ukoliko poštuje i ostale odredbe zakona i regulatornih postavki.
11. Emisije pod pokroviteljstvom izdvajaju se iz kvote dozvoljenog dnevnog oglasnog prostora.

Članak 2.

Ova pravila stupaju na snagu danom donošenja, a primjenjuju se od 01. Veljače 2006. godine.

Predsjednik vijeća

Mr. Sc. Denis peričić

Klasa: 612-12/05-01-146

Urbroj: 567-01/05-01

Zagreb, 09. Prosinac 2005.

