

**Przedstawienie zmian do Polityki Handlowej Programów Telewizyjnych TVN Media 2020**

było	jest
<p>4.15. Otrzymanie najniższego CPP / najwyższego rabatu w klastrze jest uzależnione od szeregu czynników takich jak: wybór preferowanych opcji zakupu i planowana dystrybucja wydatków pomiędzy nimi, proporcjonalny podział wydatków w TVN Media pomiędzy segmentem TVN i segmentem Premium TV, zawarcie Umowy ramowej rocznej oraz jej wykonanie zgodnie z jej postanowieniami, złożenia i zrealizowania deklaracji Wydatków rocznych netto na Wskazania sponsorskie, Lokowanie produktu, a przede wszystkim od złożenia i zrealizowania deklaracji w Ofercie Digital w wysokości co najmniej 5% wydatków rocznych netto.</p> <p>W przypadku braku uzgodnionej i zrealizowanej deklaracji na Wskazania sponsorskie, Lokowanie produktu oraz w Ofercie Digital w wysokości podanej powyżej, TVN Media i Kontrahent ustalą CPP, które będzie wyższe o co najmniej 3% niż minimalne CPP w klastrze (dla Reklamodawców, którzy realizują i deklarują roczne wydatki netto w segmencie TVN w wysokości powyżej 2 199 999 i / lub w segmencie Premium TV w wysokości powyżej 1 999 999 zł), oraz rabat inwestycyjny niższy od najwyższego poziomu w klastrze o co najmniej 2 p.p. (dla Reklamodawców, którzy realizują i deklarują roczne wydatki netto w segmencie TVN w wysokości powyżej 2 199 999 i / lub w segmencie Premium TV w wysokości powyżej 1 999 999 zł).</p> <p>Niniejszy warunek nie dotyczy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reklamodawców Rozwojowych w odniesieniu do CPP i rabatu inwestycyjnego w danym segmencie</li> <li>- Reklamodawców wydających poniżej 0,75 mln zł w produktach Dzieci Premium w odniesieniu do CPP i rabatu inwestycyjnego w tych produktach.</li> </ul> <p>Do powyższej deklaracji mogą zostać zaliczone wydatki zrealizowane na rzecz Reklamodawcy przez kilku Kontrahentów.</p>	<p>4.15. Otrzymanie najniższego CPP / najwyższego rabatu w klastrze jest uzależnione od szeregu czynników takich jak: wybór preferowanych opcji zakupu i planowana dystrybucja wydatków pomiędzy nimi, proporcjonalny podział wydatków w TVN Media pomiędzy segmentem TVN i segmentem Premium TV, zawarcie Umowy ramowej rocznej oraz jej wykonanie zgodnie z jej postanowieniami, złożenia i zrealizowania deklaracji Wydatków rocznych netto na Wskazania sponsorskie, Lokowanie produktu, a przede wszystkim od złożenia i zrealizowania deklaracji w Ofercie Digital w wysokości co najmniej 5% wydatków rocznych netto.</p> <p>W przypadku braku uzgodnionej i zrealizowanej deklaracji na Wskazania sponsorskie, Lokowanie produktu oraz w Ofercie Digital w wysokości podanej powyżej, TVN Media będzie uprawnione do ustalenia CPP, które będzie wyższe o co najmniej 3% niż minimalne CPP w klastrze (dla Reklamodawców, którzy realizują i deklarują roczne wydatki netto w segmencie TVN w wysokości powyżej 2 199 999 i / lub w segmencie Premium TV w wysokości powyżej 1 999 999 zł), oraz rabatu inwestycyjnego niższego od najwyższego poziomu w klastrze o co najmniej 2 p.p. (dla Reklamodawców, którzy realizują i deklarują roczne wydatki netto w segmencie TVN w wysokości powyżej 2 199 999 i / lub w segmencie Premium TV w wysokości powyżej 1 999 999 zł).</p> <p>Niniejszy warunek nie dotyczy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reklamodawców Rozwojowych w odniesieniu do CPP i rabatu inwestycyjnego w danym segmencie</li> <li>- Reklamodawców wydających poniżej 0,75 mln zł w produktach Dzieci Premium w odniesieniu do CPP i rabatu inwestycyjnego w tych produktach.</li> </ul> <p>Do powyższej deklaracji mogą zostać zaliczone wydatki zrealizowane na rzecz Reklamodawcy przez kilku Kontrahentów.</p>
<p>3.3.8. Rabat za zakup bezpośredni. a. W przypadku, gdy Reklamodawca działa w imieniu własnym może otrzymać rabat do 10%.</p>	<p>3.3.8. Rabat za zakup bezpośredni. a. W przypadku, gdy Reklamodawca działa w imieniu własnym może otrzymać rabat do 15%.</p>