



2025
**MEDIA-
TIEDOT**

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



Myyntiehdot 2025

MTV Oy:n myymä televisio- ja digitaalinen mainonta

Nämä myyntiehdot koskevat MTV Oy:n myymää televisio- ja digitaalista mainontaa. MTV Oy:llä on oikeus yksipuolisesti muuttaa ja päivittää näiden myyntiehtojen sisältöä, ja oikeus keskeyttää asiakkaan kampanja välittömin vaikutuksin sekä päättää kaikki asiakkaan ja MTV Oy:n väliset sopimukset ilman korvausvelvollisuutta, mikäli asiakas rikkoo näitä myyntiehtoja. Asiakas on velvollinen korvaamaan MTV Oy:lle tai sen verkkopalveluiden käyttäjille näiden myyntiehtojen rikkomisesta aiheutuneet vahingot täysimääräisesti.

MTV Oy pidättää oikeuden hinnanmuutoksiin. Selvyyden vuoksi todetaan, että hintoja voidaan muuttaa myös yhteistyösopimusasiakkailla. Mahdollisista muutoksista tiedotetaan hyvissä ajoin etukäteen. Lainsäädännön tai viranomaisten toimenpiteiden aiheuttamat hinnanmuutokset koskevat myös tehtyjä mainosaika- ja mainostilavarauksia.

Mainosaikaa ja -tilaa tilattaessa on ilmoitettava mainostettava tuote tai palvelu. Mainosaikaa ja/tai -tilaa ostanut asiakas ei ole oikeutettu myymään sitä edelleen kolmannelle osapuolelle. Ohjelmallisessa ostamisessa diilien (deal-ID) jälleenmyynti kolmannelle osapuolelle on kielletty; diilit ovat joko mainostajakohtaisia tai mainostajaa edustavan tahon käyttöön. MTV Oy pidättää oikeuden keskeyttää diilit, joita ei ole käytetty kuuden (6) kuukauden aikana.

MTV Oy:n korvausvelvollisuus rajoittuu ostetun kampanjan hintaan.

Mainosaikaa ja -tilaa myydään tasapuolisesti kaikille mainostajille, mainos- ja mediatoimistoille ja muille yhteisöille nimettyjen asiakkaiden ja tuotteiden lukuun, jotka sitoutuvat noudattamaan tv-mainonnan periaatteita ja lainsäädäntöä sekä MTV Oy:n myyntiehtoja.

MTV Oy pidättää oikeuden rajoittaa ennalta määrittelemiensä toimialojen mainontaa valituissa sisältökokonaisuuksissa.

MTV Oy pidättää oikeuden ilman korvausvelvollisuutta mainoksen tai mainostilan siirtämiseen tai tehtyjen varausten peruuttamiseen, mikäli erityiset syyt sitä vaativat. Tästä ilmoitetaan välittömästi samalla kun MTV Oy pyrkii antamaan tilalle uuden, entistä vastaavan lähetysajan tai mainostilan.

MTV Oy pidättää oikeuden

- rajoittaa yksittäiseen kampanjaan myytävää kontaktimäärää kapasiteettitilanteen niin edellyttäessä
- rajoittaa yksittäisen kampanjan näkyvyyttä kapasiteettitilanteen niin edellyttäessä
- olla myymättä kampanjoita, joita ei ole mahdollista toteuttaa halutun kampanja-ajan sisällä
- olla myymättä digitaalisia tai alueellisia mainoskampanjoita, joiden minimihinta nettona on alle 200 euroa

Samassa sisällössä esiintyvien kilpailijoiden näkyvyyttä ei rajoiteta, eikä se synnytä MTV Oy:lle korvausvelvollisuutta. Ennakkotietoja mahdollisista kilpailijoiden samanaikaisista kampanjoista ei luovuteta ulkopuolisille. Mainonta MTV Oy:n verkkopalveluihin myydään pääsääntöisesti näyttöpohjaisesti. Sivustoille voidaan myydä mainontaa myös muilla hinnoittelumalleilla. Ohjelmallisen ostamisen diileissä hinnoitteluperuste on CPM.

Kampanjan määrittäminen televisio- ja digitaalisessa mainonnassa

Näissä myyntiehtoissa televisiomainonnalla tarkoitetaan valtakunnallisen mainonnan MTV Total TV –tuotetta sekä ohjelmaostamista, alueellista mainontaa MTV3-kanavalla sekä RBS-ohjelmayhteistyötä. Digitaalisella mainonnalla tarkoitetaan mm. videomainontaa (instream ja outstream), banneri- eli display-mainontaa, pause adia ja natiivimainontaa.

Televisiomainonnassa ja digitaalisessa mainonnassa kampanjalla tarkoitetaan kokonaisuutta, joka varataan kerralla ja jolla mainostetaan samaa tuotetta tai palvelua.

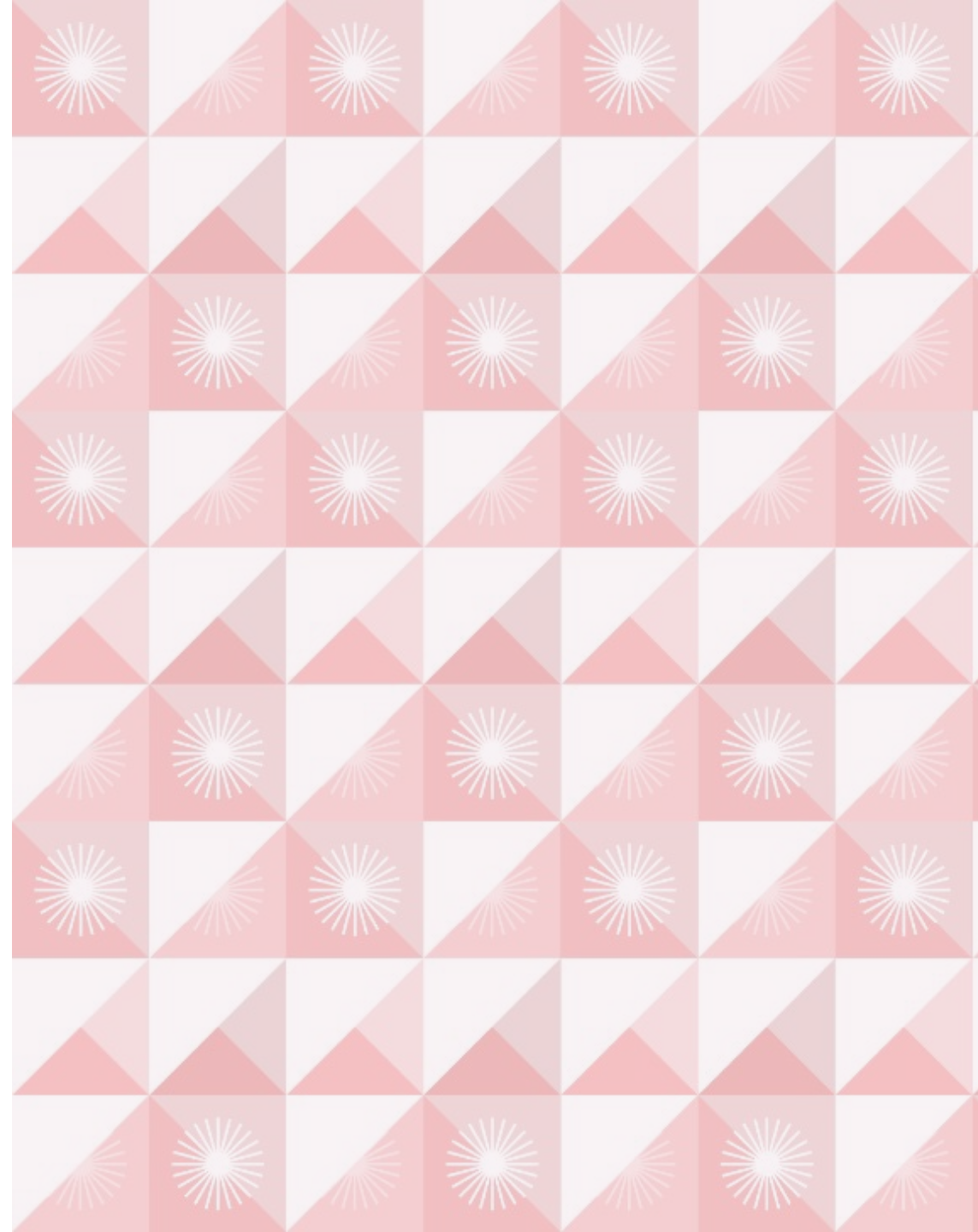
Televisiokampanjan kokonaiskesto voi olla maksimissaan 8 viikkoa ja se voi ulottua korkeintaan kahdelle myyntikaudelle. Kampanjan sisällä oleva tauko voi maksimissaan olla seitsemän (7) päivää.

Saman mainostajan erilliset televisio- ja digitaaliset kampanjat katsotaan yhdeksi kampanjakokonaisuudeksi, jos kampanjoiden välinen tauko on seitsemän (7) päivää tai vähemmän ja joissa on käytetty samaa materiaalia ja/tai kohderyhmää. MTV Oy pidättää itselleen oikeuden yhdistää edellä mainitut erilliset kampanjat yhdeksi kokonaisuudeksi, joka saa kontakti- tai näyttötakuun myyntiehtojen mukaisesti.

Mikäli videokampanjaan ostetaan samanaikaisesti useita eri tuotteita, jokaisella niistä on oma kampanjavoitteen, esimerkiksi näyttömäärä. Mikäli kampanjan sisällä tehdyissä erillisissä varauksissa on käytetty samaa tuotetta, materiaalia ja kohdennusta, ne katsotaan yhdeksi kampanjakokonaisuudeksi, joka saa yhteisen näyttötakuun.

Digitaalinen kampanja aloitetaan kampanjan ensimmäisenä päivänä klo 00:01, mikäli mainosaineistot ovat toimitettu MTV Oy:lle toimitusaikataulujen sekä aineisto-ohjeiden mukaisesti.

Mikäli mainostaja ostaa mainostilaa Disney-konsernin Disney+ -palvelusta, mainostaja sitoutuu käyttämään Disney+ -palveluun tarkoitettussa mainosaineistossa vain kulloinkin etukäteen hyväksytyjä seurantateknologioita. Tällä hetkellä hyväksytyt teknologiat ovat seuraavat: Adform, DoubleClick, Flashtalking ja IAS. MTV:llä on oikeus hylätä mainosaineisto, jos se sisältää muita kuin yllä mainittuja seurantateknologioita. Seurantateknologioiden käytön edellytyksenä on, että mainos on suunnattu täysi-ikäisille ja että katsojat ovat antaneet tarvittavat henkilötietojen käsittelyä koskevat suostumukset.



Televisiomainonnan kontaktitakuu ja kontaktitakuurajat

MTV Oy myöntää kontaktitakuun kampanjoille, jotka täyttävät voimassa olevat myyntiehdot ja määritellyt takuurajat. Kontaktitakuulla kampanjalle taataan ostohetken ennustettu kontaktimäärä kampanjalle valitussa ostokohderyhmässä. Kampanjalla on kokonaistakuu. Kontaktitakuu myönnetään mainoskatkon yleisössä.

Kontaktitakuu voidaan erikseen sovitusti myöntää myös kampanjakokonaisuudelle, joka muodostuu useammasta erillisestä kampanjavarauksesta. Kampanjoissa tulee olla sama kampanja-aika ja ostokohderyhmä. Kokonaistakuu muodostuu kampanjoiden yhteenlasketuista kontakteista.

RBS-ohjelmayhteistyössä kontaktitakuu myönnetään kanavittain. Mikäli kampanjassa on mukana useampi kuin yksi kanava, kaikki kanavat tulee buukata samaan kampanjaan ja koko kampanjalla on yksi, yhteinen kontaktitakuu.

Kullekin kampanjatyypille sovelletaan oheisten taulukoiden mukaisia takuurajoja:

PAKETEITTAIN, TRP	
MTV Total TV*	100

ALUEMAINONTA, TRP	
MTV3	50

*) 3–9v. lapset kohderyhmässä kontaktitakuun minimiraja on 50 TRP

OHJELMAOSTAMISELLA OSTETUT KAMPANJAT, TRP	
MTV3	25
MTV Sub	10
MTV Ava	5
STAR Channel	5
National Geographic	5

RBS-OHJELMAYHTEISTYÖ, TRP	
MTV3	50
MTV Sub	20
MTV Ava	10
STAR Channel	10
National Geographic	10

TRP (target rating point) Kampanjan mainoskatkojen keskikatsojamäärien summa kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

Alle 1 TRP:n alituksia ei hyvitetä. Tätä suuremmat alitukset hyvitetään kampanjaa jatkamalla, ellei asiakas sitä erikseen kiellä, tai myöhempien kampanjoiden yhteydessä, jolloin hyvityksen määrä lasketaan alituksen nettoarvosta. Ellei asiakas erikseen kiellä, vähintään 1 ja enintään 10 TRP:n kampanja-alitukset voidaan hyvittää MTV Katsomossa, jolloin hyvityksen määrä lasketaan kontakteissa. MTV Oy ei hyvitä alituksia rahallisesti.

Mikäli kampanjoiden kesto on vähemmän kuin seitsemän (7) päivää, sovelletaan kaikkiin asiakkaan kampanjoihin kvartaalitason kontaktitakuuta, jolloin kampanjoiden ylitykset ja alitukset kompensoivat toisensa. Kvartaalit määrittyvät kalenterikvartaaleittain.

Asiakkaan pyytämistä merkittävistä kampanjamuutoksista aiheutuvia kontaktitakuun alituksia ei hyvitetä. Sopimuskauden aikana kertyneet hyvittämättä jääneet alitukset katsotaan vanhentuneeksi sopimuskautta seuraavan puolen vuoden jälkeen.

Kontaktin määrittäminen

Kontaktitakuu todennetaan aina Finnpanel Oy:n toimittamista tv-mittaritutkimuksen lopullisista katsojaluvuista. Valtakunnallisten MTV Total TV -kampanjoiden MTV Katsomon osalta kontaktit todennetaan SpotOn -videomainonnanmittauksen tuloksista. Lisätietoja

<https://www.mtvspotti.fi/artikkelit/spoton-mittaus-tuottaa-tv-ja-videomainos-kampanjoille-yhteismitalliset-kontaktimaarat/>

Digitaalisen mainonnan näyttötakuu

MTV Oy myöntää näyttöpohjaisesti myytävälle kampanjoille näyttötakuun.

Alle tuhannen (1 000) näytön alituksia ei hyvitetä. Tätä suuremmat alitukset hyvitetään automaattisesti kampanjaa jatkamalla, ellei asiakas sitä erikseen kiellä, tai myöhempien kampanjoiden yhteydessä, jolloin hyvityksen määrä lasketaan alituksen nettoarvosta. MTV Oy ei hyvitä alituksia rahallisesti.

Asiakkaan pyytämistä merkittävistä kampanjamuutoksista aiheutuvia näyttötakuun alituksia ei hyvitetä. Sopimuskauden aikana hyvittämättä jäänyt velka katsotaan vanhentuneeksi sopimuskautta seuraavan puolen vuoden jälkeen.

Kampanjoiden mainosnäytöt ja MTV Video Premiumin mainoksen loppuun katsominen, display-mainonnan inscreen ja Premium natiivimainonnan lukijatakuu todennetaan MTV Oy:n mainonnanhallinta- sekä analytiikkajärjestelmillä (videon osalta FreeWheel MRM, display-, outstream- ja natiivimainonnassa Adform PPAS sekä MTV:n analytiikkajärjestelmä).

Ohjelmallisen ostamisen diilit (deal-ID) ovat non-guaranteed -diilejä, eli MTV Oy ei takaa inventaarin saatavuutta. Poikkeuksena tästä ovat kampanjakohtaiset programmatic guaranteed -diilit, joissa on käytössä kontaktitakuu ja joihin sovelletaan myyntiehtojen mukaisia peruutusehtoja. Ohjelmallisessa ostamisessa valuuttana CPM.

Esitysoikeudet ja vastuuvapaus

Mainostaja myöntää MTV Oy:lle oikeuden käyttää sekä julkaista ja esittää mainosaineistoa ja siihen sisältyviä immateriaalioikeuksia MTV Oy:n televisiokanavilla ja suoratoistopalvelussa siten, että MTV Oy voi välittää mainokset millä tahansa käytettävissä olevalla välitystekniikalla ja mihin tahansa vastaanottimeen koko mainoskampanjan keston ajan. MTV Oy:llä on oikeus luovuttaa edellä mainitut oikeudet edelleen.

Mainostaja vastaa siitä, että sillä on kaikki tämän sopimuksen tarkoituksen toteuttamiseksi tarvittavat tekijänoikeudet ja muut immateriaalioikeudet mainosaineistoon. Mainostaja vastaa myös siitä, että se on hankkinut tarpeelliset luvat ja valtuutukset oikeudenhaltijoilta sekä suorittanut edellä mainittuihin liittyvät maksut. Mainostaja vakuuttaa, ettei mainosten esittäminen loukkaa kolmannen osapuolen immateriaali- tai muita oikeuksia.

Mikäli Mainostaja hankkii MTV Oy:n kautta mainostilaa myös Disney-konsernin televisiokanavilta ja/tai suoratoistopalvelusta, tässä kohdassa kuvatut oikeudet kattavat myös Disney-konsernin.

MTV Oy pidättää itsellään oikeuden ilman korvausvelvollisuutta mainosten esitysaikojen siirtämiseen tai kampanjan keskeyttämiseen, mikäli erityiset syyt sitä vaativat. Mahdollisesta ohjelmamuutoksesta johtuva kiinteän mainosesityksen uudelleen sijoittelu tehdään lähtökohtaisesti poistetun ohjelman tilalle tulevan ohjelman katkolle mainosesityksen arvo ja kohderyhmän kontaktiarvio säilyttäen.

Tv-mainoksen ensiesityksen jälkeen MTV Oy:llä on oikeus käyttää mainosta esittely-, koulutus- ja tutkimuskoosteissa, ellei mainostaja tätä kirjallisesti kiellä.

Mainoksen sisältö

Mainostaja on vastuussa mainonnan sisällöstä. Mainostaja on velvollinen huolehtimaan siitä, että mainonta noudattaa soveltuvia lakeja, asetuksia, mainonnan kansainvälisiä perussääntöjä sekä kuluttaja-asiamiehen ja muiden viranomaisten määräyksiä. Lisäksi mainostaja on velvollinen huolehtimaan siitä, että mainonta noudattaa soveltuvin osin MTV:n ja/tai Disneyn kulloinkin voimassa olevia mainonnan suuntaviivoja. Lääkemainokset tarkastaa ennakkoon lääketeollisuuden Lääkemainonnan tarkastusvaliokunta (Lääketeollisuus Ry).

Mainostaja vastaa siitä, että mainonta on hyvän tavan mukaista eikä sen esittäminen ole vahingollista MTV Oy:n tai sen konserniyhtiöiden maineelle tai yrityskuvalle.

Mikäli mainostaja hankkii MTV Oy:n kautta mainostilaa myös Disney-konsernin televisiokanavilta ja/tai suoratoistopalvelusta, tässä kohdassa kuvatut oikeudet kattavat myös Disney-konsernin. Jos mainostaja hankkii mainostilaa Disneyn suoratoistopalvelusta, sitoutuu mainostaja erikseen huolehtimaan siitä, että mainonta noudattaa Disneyn kulloinkin voimassa olevia mainonnan suuntaviivoja.

Mainostaja vastaa digitaalisen mainonnan osalta siitä, että mainoksissa mahdollisesti käytettävät seurantateknologiat noudattavat MTV:n aineisto-ohjeita (mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot), jotka ovat osa tätä sopimusta.

Ohjelmallisessa ostamisessa mainostaja vastaa mainoksen sisällön lisäksi myös teknisistä vaatimuksista, kuten videomainosten äänentasoista. MTV Oy:llä on oikeus hylätä mainokset, jotka eivät noudata MTV Oy:n voimassa olevia aineisto-ohjeita ja sääntöjä.

Ohjelmallisessa ostamisessa mainostaja vastaa, että mainostajan kategorisointi on tehty asianmukaisesti vastaten mainostajan toimialaa. MTV Oy ei ota vastaan uncategorized-mainostajien aineistoja. Lisätietoja kategorisoinneista programmatic@mtv.fi.

MTV Oy pidättää itsellään oikeuden mainoksen esitysaikojen siirtämiseen, kampanjan keskeyttämiseen tai yksittäisen mainoksen tai kampanjan hylkäämiseen, mikäli mainoksen sisältöön tai edellä kuvattuihin esitysoikeuksiin liittyvät syyt sitä vaativat. MTV Oy ei vastaa tästä mainostajalle aiheutuvista kustannuksista tai seuraamuksista, mikäli mainos ei ole ollut sisällöltään näissä myyntiehdossa kuvatun mukainen tai mainostaja ei ole huolehtinut muista näissä myyntiehdossa kuvatuista velvoitteistaan.

MTV määrittelee teknologiatoimittajat (nk. vendorit) joille MTV pyytää palveluidensa käyttäjiltä suostumusta consent-bannerin muodossa. MTV ei ole velvollinen pyytämään uutta suostumusta (re-consent) uusia toimittajia varten.

MTV ei vastaa mainostajan käyttämien teknologiaratkaisuiden toimivuudesta verkkopalveluissaan ja valitsee alustoillaan tuettavat teknologiat tapauskohtaisesti. Nämä voivat liittyä esimerkiksi mittamiseen, kohdentamiseen tai brand safetyyn.

Yksityiskohtaiset aineisto-ohjeet löydät MTV Spotista:

mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot

Mainostajan korvausvelvollisuus

Jos kolmas osapuoli esittää MTV Oy:lle mainosaineiston esitysoikeuksiin tai mainonnan sisältöön liittyviä vaatimuksia tai väitteitä, mainostaja sitoutuu puolustamaan kustannuksellaan MTV Oy:tä ja korvaamaan edellä mainitut vaatimukset ja niistä aiheutuvat vahingot ja kustannukset täysimääräisesti MTV Oy:lle.

Mikäli Mainostaja hankkii MTV Oy:n kautta mainostilaa myös Disney-konsernin televisiokanavilta ja/tai suoratoistopalvelusta, tässä kohdassa kuvatut oikeudet kattavat myös Disney-konsernin.

Kampanjan vahvistaminen

Kampanja on vahvistettava kirjallisesti tai sähköisessä muodossa (LIVE) tarjouksessa mainittuun viimeiseen voimassaolopäivään mennessä; muussa tapauksessa aikavaraus peruuntuu. Kampanjatarjouksen voimassaoloaika lasketaan varauksen tekoa seuraavasta työpäivästä lukien; työpäiviksi lasketaan arkipäivät.

VARAUSAJANKOHDASTA AIKAA KAMPANJAN ALKUUN	TARJOUS VOIMASSA TYÖPÄIVÄÄ
20 työpäivää tai yli	10
10–19 työpäivää	5
5–9 työpäivää	2
4 työpäivää	1
1–3 työpäivää	kuluva päivä

Muutokset kampanjoihin

Kampanja-aineistoihin liittyvistä muutoksista löydät lisätietoa kohdasta ”Kampanjan aineistot”. Yksityiskohtaiset aineisto-ohjeet löydät MTV Spotista:

mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot

Valtakunnallinen MTV Total TV -mainonta

Tarjoustilaisiin tai vahvistettuihin kampanjoihin ei voi tehdä muutoksia. Mikäli spottipituutta, kontaktimäärää, kampanja-aikaa tai kampanjan muita elementtejä on tarve muuttaa, tulee kampanja peruuttaa ja mainosaika varata uudelleen. Jos vahvistettu kampanja on käynnissä, tulee kampanja keskeyttää ja tehdä uusi varaus muutosajankohdasta alkaen. Käynnissä olevan kampanjan muutokset katsotaan merkittäviksi, eikä MTV Oy siten vastaa keskeytetyn kampanjan mahdollisista kontaktitakuun alituksista.

Vahvistettuihin kampanjoihin voi tehdä uusia varauksia kampanja-ajan sisälle tai kampanja-ajan jälkeiselle ajalle eli jatkaa vahvistettua kampanjaa lisävarauksin. Muutoksissa noudatetaan myyntiehtojen mukaisia aikatauluja.

Alueellinen televisiomainonta ja ohjelmaostaminen

Tarjoustilaisiin ja vahvistettuihin kampanjoiden muutoksissa sovelletaan seuraavia toimintaperiaatteita.

Tarjoustilaisten kampanjoiden muutokset:

Mikäli tarjoustilaiseen kampanjaan tulee muutoksia, tulee tarjous peruuttaa ja mainosaika varata uudelleen.

Vahvistettujen kampanjoiden spottipituuden muutokset:

Spottipituuden pidentyessä vahvistetun kampanjan kaikki esitysrivit päivitetään, kampanjalle tehdään tilatarkastus sekä hinnat ja estimaatit päivittyvät kyseisen ajankohdan mukaisiksi. Spottipituuden lyhentyessä vahvistetun kampanjan hinnat päivitetään uuden pituuskertoimen mukaiseksi, eikä tilatarkastusta suoriteta. Pituuden lyhentyessä tulee alkuperäinen, vahvistettu budjetti säilyä.

Vahvistettujen kampanjoiden muutokset:

Vahvistettuihin kampanjoihin voi ostaa lisäesityksiä kapasiteettitilanteen niin salliessa. Loppuunmyydyin ajankohdan ollessa kyseessä ei lisäesityksiä kuitenkaan ole mahdollista ostaa.

Loppuunmyyntitilanteessa, sekä muissa kampanjamuutostarpeissa ota yhteyttä video@mtv.fi.

RBS-ohjelmayhteistyö

RBS-ohjelmayhteistyön mediaelementtien pituuksia ja sijoittelupohjaa ei voi muuttaa. MTV Oy:llä on oikeus hyödyntää tarvittaessa kampanjan takuuttamiseen kaikkia alku-, loppu- ja jatkuu -tunnistepaikkoja sekä sijoittelupohjan 1 että 2 kampanjoissa.

Digitaalinen mainonta

Videokampanjoiden muutoksissa noudatetaan kanavaostamisen kampanjamuutosten periaatteita.

Muiden digikampanjoiden muutostarpeissa ota yhteyttä

digitrafiikki@mtv.fi.

Kampanjoiden muutoksissa sovelletaan MTV Oy:n myyntiehtoa

”Vahvistetun kampanjan peruuttaminen” silloin, kun vahvistetun kampanjan netto pienenee tai se perutaan kokonaan.

Kampanjan aineistot

Televisiokampanjassa voidaan käyttää yhtä tai useampaa eri aineistoa. Digitaalisessa mainonnassa yhtä tuotetta varten asiakas voi toimittaa korkeintaan viisi (5) eri aineistoa. RBS-ohjelmayhteistyökampanjaan voi toimittaa korkeintaan neljä (4) eri aineistoa. MTV Oy ottaa huomioon asiakkaan toiveet aineistojen keskinäisestä painotuksesta, mutta niille ei myönnetä aika- tai kontakti-/näyttötakuuta.

Televisio- ja digitaalisten kampanjoiden aineisto-ohjeita voi muuttaa myyntiehtojen aikataulua noudattaen, mikäli kampanjan alkuperäinen spottipituus säilyy ennallaan. Aineiston voi vaihtaa yhden kerran kampanjan aikana, RBS-ohjelmayhteistyössä ei kuitenkaan kesken kalenteriviikon.

Mikäli aineistoja ei toimiteta aineisto-ohjeissa määriteltyjen aikataulujen sekä ohjeiden mukaisesti, ei MTV Oy ole korvausvelvollinen kampanjan aloituksen viivästyisestä.

Yksityiskohtaiset aineisto-ohjeet ja toimitusaikataulut löydät MTV Spotista:

mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot

Tietosuoja ja henkilötietojen käsittely

Asiakas vakuuttaa, että se noudattaa henkilötietojen käsittelyssä kulloinkin voimassaolevaa tietosuojalainsäädäntöä, kuten Euroopan unionin yleistä tietosuoja-asetusta (2016/679) ja tietosuojalakia (5.12.2018/1050), sekä muuta soveltuvaa lainsäädäntöä. Asiakas sitoutuu noudattamaan MTV Oy:n verkkopalveluiden myyntiehtojen tietosuojaliitettä osana näitä myyntiehtoja. Tietosuojaliitteen löydät osoitteesta mtvspotti.fi/mediatiedot/myyntiehdot/.

Vahvistetun kampanjan peruuttaminen

Mikäli asiakas joutuu peruuttamaan jo vahvistetun kampanjatilauksen, veloitetaan peruutusmaksu, joka lasketaan peruutetun mainosajan tai -kampanjan nettohinnasta. Peruutukseksi katsotaan myös kampanjan aloituksen siirtäminen yli viidellä (5) työpäivällä.

Peruutusmaksun suuruus määritellään peruutetun mainosajan ensimmäisestä esityspäivästä.

Kaikki yli 1 kuukauden mittaiset kampanjat tulee perua 1 kuukausi ennen kampanjan alkua.

Reklamaatiot

Mainoskampanjaa tai -esitystä koskevat huomautukset tulee tehdä viimeistään kahdeksan (8) päivän kuluttua kampanjan päättymisestä kirjallisena.

MTV Oy:stä johtuvan lähetys- tai julkaisuvirheen sattuessa hyvityksen tavasta ja määrästä sovitaan erikseen. Hyvitys on enintään vastaava mainosajan arvo tai virheellisesti esitetyn mainoksen laskuttamatta jättäminen.

TV-KAMPANJAN PERUUTUS ENNEN LÄHETYSTÄ	PERUUTUSMAKSU
yli 30 vrk	10 %
15–30 vrk	25 %
7–14 vrk	50 %
alle 7 vrk	75 %

DIGIKAMPANJAN PERUUTUS ENNEN LÄHETYSTÄ	PERUUTUSMAKSU
2–5 vrk	50 %
alle 2 vrk	100 %

Yhteistoimintapalkkio

Yhteistoimintapalkkio suoritetaan MTV Oy:n hyväksymille tahoille, jotka sitoutuvat noudattamaan MTV Oy:n myynti- ja toimitusehtoja ja joiden luottokelpoisuuden MTV Oy on hyväksynyt. Yhteistoimintapalkkio on 15 %.

Palkkioon oikeuttavat toiminnalliset ja laadulliset tekijät:

- tietojärjestelmäyhteistyö (sähköinen tilausliikenne) käyttäen joko LIVE-varausjärjestelmää tai elektronista tilaustietojen siirtoa LIVE-järjestelmään
- kampanjoiden suunnittelu, varaus ja seuranta
- mediatoimiston ottama täysi luottotappiovastuu asiakkaan mainosostoista

Suoralaskutusalennus

Suoralaskutusalennus on vaihtoehtoinen yhteistoimintapalkkiolle.

Suoralaskutusalennuksen 12 % lisäksi ei myönnetä muita maksutapaalennuksia. MTV Oy:n maksuehto suoralaskutuskampanjoille on 14 pv netto.

Laskutus ja maksuehdot yhteistoimintapalkkioon oikeutetuille

Maksuehto on 14 päivää -1 % tai 30 päivää netto laskutuspäivästä lukien.

Viivästyskorko määräytyy viimeisimmän virallisen viivästyskorkoprosentin mukaan. Laskutusta koskevat huomautukset on tehtävä viimeistään kahdeksan (8) vuorokauden kuluessa laskun lähettämisestä.

MTV Oy varaa itselleen oikeuden tilanteen niin vaatiessa peruuttaa tai siirtää vahvistetun mainoskampanjan tai osia siitä ja sopia uudestaan sen laskutus- ja maksujärjestelyistä.

Korvaus itsenäisestä tilauksesta

MTV Oy myöntää tilaajalle korvauksen näiden myyntiehtojen ja alan hyvän kauppatavan mukaan suunnitelluista televisio- ja digitaalisista mainoskampanjoista, joiden varaamisen ja vahvistamisen sekä mainospottien ja ajo-ohjeiden toimituksen tilaaja hoitaa sovittujen toimintatapojen, aikataulujen ja prosessien mukaisesti omaa työvoimaa, työaikaa ja työkaluja käyttäen.

Korvauksen perusteena on tilaajan käyttämä työaika sekä omien työkalujen ja teknologioiden kehittäminen ja hyödyntäminen. Toimittaja vahvistaa korvauksen määrän tilaajalle kvartaaleittain. Korvauksen kriteerit ja ehdot voivat muuttua vuoden 2025 aikana. Tarkempia tietoja saat MTV Oy:n Mediasuunnittelusta video@mtv.fi.

Alennusten laskeminen

Kampanjan bruttohinta

– kausi-indeksi

– mahdollinen muu etu

– yhteistoimintapalkkio tai suoralaskutusalennus

– asiakkaan yhteistyösopimusetu tai kampanjakohtainen alennus

= nettohinta

+ voimassa oleva alv-%

= verollinen nettohinta