

**ОБЩИ УСЛОВИЯ**  
**За излъчване на телевизионни търговски съобщения в програмата на**  
**„Блумбърг ТВ България“**

**I. ОБЩИ УСЛОВИЯ. ПРЕДМЕТ.**

1.1. Настоящите Общи условия регламентират условията на излъчване на телевизионни търговски съобщения както и условията за спонсориране на аудиовизуални предавания, съгласно разпоредбите на Закона за радиото и телевизията и действащото в Република България законодателство, регламентиращо този вид дейност в програмата на „Блумбърг ТВ България“ и други програми, в случай, че бъдат създадени такива, наричано по-надолу накратко „МЕДИЯ“ или „Доставчик на медийни услуги“, програмата, наричана по-долу общо „Програма“.

1.2. Настоящите Общи условия са задължителни за МЕДИЯТА и нейните клиенти, в това число рекламодателите и рекламните агенции. Последните удостоверяват съгласието си с Общите условия чрез подписване на индивидуален писмен договор, който сключват с МЕДИЯТА и в който е изрично регламентирано прилагането на Общите условия.

2.1. Телевизионните търговски съобщения се излъчват по възлагане на рекламодател срещу заплащане на възнаграждение, определено съобразно действащите Тарифи на програмата, както и според уговорките на индивидуалния договор.

2.2. МЕДИЯТА сключва договор за ползване на телевизионно време срещу заплащане с цел излъчване на реклама или за спонсорство с клиент - рекламодател/спонсор или рекламна/ медия агенция.

2.2. Телевизионните търговски съобщения следва да представят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на клиента на МЕДИЯТА, или такива, за които същият има отстъпени права на ползване съгласно договор за изключителна лицензия по смисъла на ЗМГО, по силата, на който никой друг, включително собственикът на марката/ите, не може да използва лицензираните марки. Договорът за изключителна лицензия се счита за действащо доказателство по настоящия договор, ако е вписан по надлежния ред в Държавния регистър при Патентното ведомство.

3.1. Обслужването на Рекламодателите, както и позиционирането на договорените телевизионни търговски съобщения, се осъществява от отдел „Маркетинг и продажби реклама“ на МЕДИЯТА. Плащанията за излъчването на телевизионни търговски съобщения се извършва по банкова сметка на МЕДИЯТА.

3.2. В отношенията си с МЕДИЯТА, свързани с планирането, позиционирането и излъчването на търговските съобщения в програмата и с тяхното заплащане, всеки Рекламодател може да ползва посредничеството на рекламна агенция или медия агенция (Агенции).

3.3. МЕДИЯТА не дължи допълнително заплащане на Агенциите, извън обичайно предоставяните отстъпки.

4.1. Рекламна или медия агенция, която сключи с МЕДИЯТА рамков договор, чрез

който ще бъдат обслужвани повече от един неин клиент, следва да депозира в отдел „Маркетинг и продажби реклама“ на МЕДИЯТА писмен документ – Възлагателно писмо - за всеки отделен свой клиент, чрез който удостоверява, че ѝ е възложено да предоставя рекламни услуги и да провежда рекламни кампании в телевизионната програма от името на съответният клиент.

4.2. В документа по предходната точка задължително следва да са посочени търговските марки и продуктите - предмет на рекламиране, както и срокът на провеждането на съответните кампании. Образец на Възлагателно писмо, което следва да се представи от Агенцията в отдел „Маркетинг и продажби реклама“ на МЕДИЯТА преди началото на съответната кампания - Приложение към настоящите Общи условия.

4.3. МЕДИЯТА продава рекламното си време по Рекламната си тарифа, като предлага възможност и за покупка на пакети по преференциални цени, регламентирани в действащата тарифа за съответната телевизионна програма.

4.4. Разпределението на клиповете по Рекламната тарифа се извършва от Рекламодалател/ Агенция, както и от отдел „Маркетинг и продажби на МЕДИЯТА.

4.5. При разпределението на клиповете на Рекламодалателя, извършвано от МЕДИЯТА при изготвянето на пакет, се прилагат следните критерии:

1. защита интереса на Рекламодалателя с оглед избягване на съвместното му представяне с конкурентни марки, както и представянето му в по-малко натоварени рекламни блокове;
2. спазване принципа на равнопоставеност за всички клиенти на Медията съобразно параметрите на техните индивидуални договори;
3. избягване претоварването както на рекламните блокове, така и на съответните предавания с рекламни блокове с цел доставяне на по-висока ефективност на търговските съобщения;
4. поредност на заявките на клиентите към МЕДИЯТА;
5. балансирано разпределение на присъствието на съответния Рекламодалател в програмата на съответната телевизия.

## **II. СПОНСОРИРАНЕ НА ПРЕДАВАНИЯ**

4.6. МЕДИЯТА предлага на клиентите си различни спонсорски пакети, както и изработването и излъчването на платени репортажи.

4.7. Предавания на МЕДИЯТА могат да бъдат спонсорирани при спазване на изискванията на ЗРТ. Формата и съдържанието на спонсорските обяви трябва да отговарят на следните изисквания:

1. да не съдържат търговска информация като адреси, телефони, цени, място на продажби, възхвала на продукти/услуги или техни качества и други.
2. да не насърчава пряко закупуването или наемането на стоки и услуги;
3. да обозначава акта на спонсорство като такъв.
4. обявата може да бъде представена чрез статична или движеща се картина с или без звук.
5. да са в началото или в края на предаването и в началото или в края на авторекламата.
6. продължителността на една заставка не може да бъде по-малка от 4 секунди и не по-голяма от 7 секунди.

4.8. МЕДИЯТА не предоставя ексклузивност на спонсора, отнасяща се до реклама в предаването, освен в случаите, когато МЕДИЯТА е направила специална оферта

или е сключила договор при специални условия.

4.9. МЕДИЯТА има гъвкава политика относно използването на други рекламни форми, когато тяхното излъчване не противоречи на закона, добрата практика и съдържанието на съответното предаване.

4.10. МЕДИЯТА сключва договори с лице, извършващо търговска дейност, когато за нуждите на реализацията на предаване с оглед осигуряване на гардероб, аксесоари, реквизит, терен за снимки, награди или други подобни, се предоставят съответни продукти или услуги.

4.11. Предоставяните стоки или услуги по предходната точка не следва да са на значителна стойност.

4.12. Обозначаването на лицето, осигурило чрез свои стоки или услуги реализацията на предаването, се извършва от МЕДИЯТА по подходящ начин във финалните надписи на съответното предаване. Посоченият надпис изтича с обичайната за финални надписи в МЕДИЯТА скорост в рамките на общо 10 (десет) секунди, чрез изписване с обичаен шрифт, без лого и без запазен знак (за новини и актуални публицистични предавания); останалите предавания – чрез лого на марката на търговеца.

4.13. Всички останали обозначения, освен описаните в предходната точка, се считат за спонсорски заставки.

4.14. Договорите по т. 4.10. се сключват по образец, приложен към настоящите общи условия, като стойността на благодарствения надпис се оценява съобразно действащата Рекламна тарифа на МЕДИЯТА

4.15. Като част от обслужването на своите клиенти отдел "Маркетинг и продажби реклама" на МЕДИЯТА издава сертификати, удостоверяващи излъчванията от всяка отделна кампания в програмата ѝ, в два оригинални екземпляра - по един за всяка страна, до края на месеца, следващ месеца, в който е било последното излъчване от кампанията. Оригиналът на сертификата за рекламодателя се изпраща с писмо с обратна разписка или по електронен път до лице-представител на Рекламодателя или Агенцията, което депозира заявките в отдел "Маркетинг и продажби реклама".

### **III. СЪДЪРЖАНИЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ СЪОБЩЕНИЯ**

4.14. Търговските съобщения следва да са изработени в съответствие със Закона за радиото и телевизията \ЗРТ\, Закона за защита на потребителите \ЗЗП\, Закона за авторското право и сродните му права \ЗАПСП\, Закона за марките и географските означения \ЗМГО\, Закона за защита на конкуренцията \ЗЗК\, Закона за здравето \ЗЗ\ и останалото приложимо законодателство.

4.15. Рекламодателят и/или Рекламна Агенцията и/или Медия Агенция, с приемането на настоящите Общи условия, декларират, че с излъчването на предоставените от тях търговски съобщения в Програмата не се нарушават правата на трети лица и че ако подобни претенции възникнат, ще ги удовлетворяват изцяло и за своя сметка.

### **IV. ВЪЗЛАГАНЕ НА ИЗЛЪЧВАНЕТО**

4.16. Възлагане на излъчването на конкретно търговско съобщение се извършва от Рекламодателя и/или Агенцията със заявка за излъчване, изпратена по електронна поща в срок най-късно до 2 (два) пълни работни дни преди датата на

излъчване до отдел „Маркетинг и продажби реклама“ на МЕДИЯТА.

4.17. Рекламоделателят и/или Агенцията гарантират пред МЕДИЯТА необезпокояваното излъчване на възложените търговски съобщения и с оглед на това поемат задължение преди да възложат за излъчване в програмата на МЕДИЯТА конкретно търговско съобщение, да се уверят напълно, че Рекламоделателят:

1. има законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да рекламира продукта, услугата или марката, чието телевизионно търговско съобщение възлага да бъде излъчено;
2. има законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да използва за телевизионно излъчване включените в търговските съобщения графични и словни марки, рекламни девизи и послания, музикални, литературни и други защитени произведения, както и образите на лицата, рекламиращи продукта;
3. е уредил изцяло взаимоотношенията си, включително по използването, имуществени/ неимуществени, с авторите на търговските съобщения, предоставени за телевизионно излъчване и с всички други носители на авторски и сродни права, чиито произведения и изпълнения са включени в тях, в съответствие с изискванията на ЗАПСП и останалото приложимо българско законодателство;
4. е получил от носителите на права по предходната точка или от съответните упълномощени от тях организации за колективно управление на права, всички необходими разрешения за използването на създадените от тях обекти на авторско и сродни права за телевизионно излъчване в програмите за всички начини на тяхното излъчване, предаване и препредаване, включително за тяхното препредаване в кабелните мрежи на трети лица и е заплатил предварително телевизионното излъчване в съответните програми на МЕДИЯТА;
5. е положил грижата на добър търговец, така че търговското съобщение, което се предоставя за излъчване, да е изработено в съответствие с изискванията на ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ и останалото приложимо българско законодателство.

4.17. Рекламоделателят, самостоятелно или посредством обслужващата го Агенция, поема за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от горните гаранции към МЕДИЯТА бъдат предявени каквито и да било претенции.

4.18. Когато договорът е сключен само с рекламна агенция за повече от един неин клиент, гаранциите по предходните алинеи се поемат от нея по отношение съдържанието на търговските съобщения/рекламни клипове, предоставени от клиентите ѝ чрез нея за излъчване в програмите.

4.19. В случай че излъчването на телевизионно търговско съобщение се прецени от регулаторния орган като нарушение на действащото законодателство и той наложи на МЕДИЯТА административно-наказателна санкция, Рекламоделателят, самостоятелно или посредством обслужващата го Агенция, поема за своя сметка заплащането на имуществената санкция.

4.20. МЕДИЯТА уведомява своевременно Рекламоделателя и Агенцията за започването на административно-наказателна процедура - по електронна поща с електронно изявление.

4.21. Рекламоделателят и Агенцията имат право да се включат чрез свой процесуален представител в административното и съдебното производство по съответния акт на регулатора.

4.22. Процесуалният представител, упълномощен от МЕДИЯТА, защитава интересите на Рекламоателя и Агенцията в хода на административното и съдебно производство. В случай че последните не упълномощат свой представител, не могат след това да претендират, че интересът им не е бил добре защитен от представителя на МЕДИИТЕ.

4.23. Когато договорът е сключен само с рекламна агенция за повече от един неин клиент, т. т. 4.19-4.22 се прилагат и в случая по т. 4.18.

## **V. ПОЗИЦИОНИРАНЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ**

5.1. МЕДИЯТА излъчва Търговските съобщения по предварително одобрена от страните остойностена "Схема на излъчване".

5.2. Схемите за излъчване в МЕДИЯТА се изготвят писмено по образец и се изпращат до отдел „Маркетинг и продажби реклама“ на МЕДИЯТА от Рекламоателя или Агенцията по електронна поща като електронни документи. Във формуляра се записва конкретното наименование на клипа - търговско съобщение, който се излъчва по изпратената схема за излъчване.

5.3. Всяко искане за промяна в Схемата за излъчване трябва да бъде направено писмено най-малко 3 (три) пълни работни дни преди самото излъчване. Работният ден е от 9 до 18 часа.

5.4. Промени в схемата на излъчване, дължащи се на промени в програмната схема, могат да бъдат правени по всяко време от МЕДИЯТА, като се съгласуват с Рекламоателя или Агенцията.

5.5. Отмяната на излъчвания от потвърдените заявки от страна на Рекламоателя или Агенцията става без увеличение на заплащането, ако е направено с писмено предизвестие от най-малко 3 (три) пълни работни дни преди отмененото излъчване.

5.6. Отдел "Маркетинг и продажби реклама" на МЕДИЯТА позиционира дадена кампания в програмната схема на съответната телевизионна програма, след което потвърждава заявката с описани предавания, цени и отстъпки, имена и продължителност на клиповете и период на кампанията към Рекламоателя или Агенцията по електронна поща като електронен документ.

5.7. В случай че МЕДИЯТА няма възможност да реализират заявката, така както е направена от Рекламоателя или Агенцията, отдел „Маркетинг и продажби реклама“ им изпраща своето предложение, за което изисква одобрение в рамките на 1 (един) работен ден от получаването. Липсата на писмен отговор в този срок се счита за мълчаливо съгласие с предложението на МЕДИЯТА.

5.8. МЕДИЯТА има право да откаже позиционирането на рекламен спот по своя преценка или в определено предаване, в случай че няма свободно място. МЕДИЯТА съгласува преместването на телевизионни търговски съобщения в друго предаване с Рекламоателя или Агенцията по реда на предходната точка.

5.9. Рекламните блокове, които се асоциират с дадено предаване, са тези преди самото предаване и всички, които го прекъсват.

5.10. Рекламоателят или Агенцията може да посочи в заявката и желан рекламен блок, когато е платена надценка за избор на рекламен блок съгласно настоящите Общи условия.

5.11. МЕДИЯТА стартира излъчването на телевизионни търговски съобщения съгласно потвърдените схеми след авансовото им заплащане и депозирането на необходимите документи, посочени в настоящите Общи условия.

5.12. С подписване на индивидуалния договор страните определят лица за контакт, като задължително посочват електронна поща (e-mail) за кореспонденция. Страните се съгласяват, че всички действия по приемане, изпращане и съхранение на Схемите за излъчване на телевизионните търговски съобщения и свързаната с тях кореспонденция стават само по електронен път като електронни документи по смисъла на ЗЕДЕП (Закона за електронния документ и електронния подпис), чрез посочените в индивидуалния договор електронни пощи. Страните се съгласяват, че ако писмото/електронното изявление е произлязло от електронната поща на служител и/или представител на някоя от страните, то писмото със сигурност съдържа валидно изпратено волеизявление от съответната страна по договора.

5.13. Изпращането на електронни изявления от и до електронни пощи (адреси), които не са изрично уговорени отстраните, се счита за недействително.

5.14. Относно времето на получаване на електронна кореспонденция се прилага чл. 10, ал. 2 ЗЕДЕП, а за място - чл. 12, ал. 2, 3 и 4 ЗЕДЕП.

5.15. В случаите, когато МЕДИЯТА прецени, че съдържанието на предоставено за излъчване телевизионно търговско съобщение, противоречи на разпоредбите на ЗРТ и 33 или други приложими норми на действащото законодателство или публично известната регулаторна практика, те не стартират излъчването му, независимо от потвърдената Схема на излъчване, като уведомяват незабавно Рекламоателя или Агенцията. Страните разглеждат и обсъждат всички доводи и преценяват заедно риска от излъчване.

5.16. Телевизионните търговски съобщения, чието съдържание МЕДИЯТА квалифицира като такова, което може да се сметне за насочено към увреждане на физическото, умственото и моралното развитие на малолетни и непълнолетни, могат да бъдат позиционирани само между 23.00 и 6.00 часа. Рекламоателят или Агенцията нямат право да изискват позициониране в друго часово време на такъв тип телевизионни търговски съобщения, но могат да откажат своевременно излъчването им.

5.17. МЕДИЯТА позиционира телевизионни търговски съобщения на спиртни напитки само между 22.00 и 6.00 часа, когато прецени, че съдържанието им е такова, че представлява непряка реклама на спиртни напитки по смисъла на 33 и не излъчва телевизионни търговски съобщения, за които преценяват, че представляват пряка реклама на спиртни напитки по смисъла на 33.

5.18. Преценката на МЕДИЯТА във връзка с горните текстове се формира съобразно нормите на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика, Кодекса за саморегулация при рекламирането на алкохолни напитки, изготвен и приет от АБРО и АРА, както и практиката на Националния съвет за саморегулация.

5.19. Спонсорски заставки, чието съдържание не отговаря на законовите изисквания или публично известната регулаторна практика, следва да бъдат преработени или заменени.

5.20. В случай че излъчването на търговско съобщение се прецени от Националният съвет за Саморегулация (НСС) като нарушение на „Националните

Етични Правила за Реклама и Търговска Комуникация в Република България" и/или той препоръча на Доставчиците на медийни услуги да преустановят излъчването /променят съдържанието на търговското съобщение, Рекламоателят, самостоятелно или посредством обслужващата го Агенция, поема задължението да преведе търговското съобщение във вид, съответстващ на препоръките на НСС, като евентуалните разходи се поемат от Рекламоателя. Ако Рекламоателят откаже да се съобрази с решението на НСС, МЕДИЯТА има право да преустанови излъчването на търговското съобщение, без това да се счита за неизпълнение, като Рекламоателят дължи заплащането на реално излъченото по кампанията за съответното търговско съобщение.

5.21. За обстоятелствата по предходните т. т. 5.15. – 5.20. МЕДИЯТА уведомява Рекламоателя или Агенцията своевременно.

5.22. В случаите, упоменати в т.т. 5.15-5.20 МЕДИЯТА не носи отговорност за евентуални последващи неблагоприятни последици за Рекламоателя или Агенцията като например допълнителни разноски за преработване на клипове и заставки и/или закъснение на кампания.

5.23. МЕДИЯТА се задължава да излъчи всички потвърдени от тях търговски съобщения, съгласно одобрената Схема на излъчване, освен ако:

1. настъпят форсмажорни обстоятелства;
2. бъде установено по надлежен ред, че с излъчването на търговските съобщения се нарушават ЗРТ, ЗАПСР, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ или друго приложимо законодателство, съответно разпореждане на НСС. В този случай излъчването на търговски съобщения може да бъде спряно, без това да води до неблагоприятни последици за МЕДИЯТА, до приключване на производството по законовия ред.
3. МЕДИЯТА счете за целесъобразно спирането на потвърдени от тях търговски съобщения.

5.24. По смисъла на настоящите Общи условия "Форсмажорни обстоятелства" са: обявени режим "военно положение" или друго извънредно положение, както и при кризи от невоенен характер като граждански вълнения, недостиг на суровини, природни бедствия, лоши метеорологични условия, технически повреди при излъчването, които са извън контрола на МЕДИЯТА, повреди в електрозахранването, влезли в сила актове на държавни органи.

5.25. МЕДИЯТА се задължава да осигури подходящо техническо качество на излъчването, но не може да гарантира качество на приемането.

5.26. В случай на пропуск в излъчването на търговски съобщения по одобрените от страните в договора Схеми на излъчване, МЕДИЯТА компенсира Рекламоателя в програмите със същия брой излъчвания в размер и позициониране, равностилни на пропуснатите, които ще бъдат предварително съгласувани с Рекламоателя или Агенцията.

5.27. Неизлъчване на няколко търговски съобщения или неизлъчване в договорения час, рекламната кампания не се считат за частично или цялостно неизпълнение на индивидуалния договор от страна на МЕДИЯТА.

## **VI. ПРЕДОСТАВЯНЕ НА МАТЕРИАЛИ И ДОКУМЕНТАЦИЯ**

6.1. Най-късно два пълни работни дни преди датата на излъчването им Рекламните материали се предоставят на МЕДИЯТА от Рекламоателя или Агенцията с качество, което е подходящо за телевизионно излъчване:

А. Файлове - препоръчително.

Агенцията, респективно Рекламодалателят, следва да изпрати придружително писмо до съответния специалист Маркетинг и продажби реклама, което да съдържа като минимум следната информация: сървър, име на файла/-овете, оформено според спецификацията File Naming Structure.

Б. Видеоносител ВЕТАСАМ, DVC.

Видеоносителят следва да бъде предоставен заедно с формуляр по образец, в който са описани предоставените рекламни материали.

6.2.A. File Naming Structure (за файлове):

| File Specifications   |  |
|-----------------------|--|
| File format           | MPEG --{if mpeg 2 the crow must be uppe/top field}<br>or DVxx – DV/ DV 2 5?DVCAM/DVCD?DVCPPro  |
| Video Bit Rate        | MPEG – 2: 8 Mb/s Constaint Bit Rate (CBR) or<br>DVxx: 25 MB/s  |
| Chroma Sampling       | 4:2:0 or 4:1:1   |
| Frame size            | 720h576 {pixel aspect ratio 1,067}   |
| PAL or NTSC           | PAL  |
| Video Levels          | 1 Vp=p measured with Weveform monitor  |
| Audio Levels          | Trupeak maximum – 9 bdbfs  |
| Audio                 | MPEG-1 AudioLayer II(MP2) 48 kHz, Stereo. 384 kb/s<br>CBR or PCM 48 kHz, 16 b – Little Endian, Stereo, 1536 kb/s                       |
| File Containers       | AVI, MOV,MPG, MPEG   |
| File Naming Structure | Client-copy name* duration<br>Където copy name съвпада с подаденото или това,<br>което предстои да бъде подадено в бланката за заявки. |

Б. Формулярът (за ВЕТАСАМ, DVC), предоставен от МЕДИЯТА, съдържа следната информация:

1. Агенция, клиент, продукт и краткото му описание;
2. Конкретно наименование на клипа и времетраене съгласно формуляра-заявка по т. 5.2.
3. Начален и краен тайм-код;
4. Първа дата на излъчване.

6.3. В случай на замяна на клип, следва да бъде заявено писмено към съответния специалист Маркетинг и продажби реклама или попълнено във формуляра:



1. Име на клип за замяна;
2. Времетраене;
3. Период на излъчване на заменящ клип.

6.4. При промяна на рекламен материал агенцията/рекламодателят следва да изискват потвърждение от МЕДИЯТА. При липсата на такова МЕДИЯТА не носят отговорност за допуснати грешки.

6.5. Предаването на видеоносителя се удостоверява с протокол, който се подписва от упълномощени представители на двете страни. Служители на МЕДИЯТА правят преглед на техническите качества на записа за съответствието му с техническите изисквания на ТЕЛЕВИЗИЯТА, а именно:

1. Звук:

Моно

Мишунг на I и II пътека;

Пиково ниво: 9dBfs /за дигитален носител – DVC/

0dB/за аналогов носител – BetaCam

2. да няма сринове и дропове на лентата – в картната и звука;

6.6. МЕДИЯТА не носи отговорност за допуснати неточности при излъчване на търговски съобщения, в случай че посочените във формулярите наименования са неточни и/или не съвпадат и/или е налице дублиране на наименования с предходни заявки, или изобщо липсва посочено наименование на клипа, или в други подобни случаи, както и ако липсва формулярът.

6.7. Сроковете за подаване на необходимите документи за програмата са както следва:

| Описание на документ  | Краен срок за внасяне в отдел „Маркетинг и продажби реклама“  |
|---|---|
| 1. Възлагателно писмо   | Два /2/ пълни работни дни преди датата на първото излъчване от дадена кампания;   |
| 2. Възлагателно писмо за съвместна реклама;   | Два /2/ пълни работни дни преди датата на първото излъчване от дадена кампания;   |
| 3. Споразумение за преференциална/комбинирана/ръст в брутния бюджет отстъпка изчисляването на съответната отстъпка; | Два /2/ пълни работни дни преди датата на излъчване от кампанията, с която отстъпка;  |
| 4. Заявка за търговски съобщения и 1 формуляр/писмо за излъчване на търговски съобщения                             | Два /2/ пълни работни дни преди датата на първото излъчване от дадена кампания. Формуляр/писмо придружава всяко търговско съобщение |

6.8. При неприсъствено сключване на споразуменията в случай на разлика от повече от три дни от датата на изпращане и датата на получаване на споразумението от отдел „Маркетинг и продажби реклама“ за дата на сключване се счита датата на получаването му от МЕДИЯТА, отбелязана в обратната разписка, с която е изпратено от Рекламодателя или Агенцията, а при липса на такава - датата на входиране на споразумението, съгласно деловодния регистър на МЕДИЯТА.

6.9. Всички документи са публикувани е уебсайта на МЕДИЯТА: [www.bloombergtv.bg](http://www.bloombergtv.bg).

## VII. ЦЕНИ

7.1. Цените за излъчване на търговски съобщения в програмата на "Блумбърг ТВ България" са определени в действащата Тарифа за излъчване на търговски съобщения на „Блумбърг ТВ България“.

7.2. Смяната на тарифите на МЕДИЯТА се извършва най-малко с едноседмично предизвестие, като се оповестяват чрез публикуването им в уебсайта на телевизията: [www.bloombergtv.bg](http://www.bloombergtv.bg). Своевременно МЕДИЯТА уведомява рекламодателите и агенциите за настъпилата промяна чрез електронна поща, посочена от тях в договори или в бизнес кореспонденция.

7.3. Тарифите се считат за влезли в сила от момента на публикуването им в уебсайта на телевизията: [www.bloombergtv.bg](http://www.bloombergtv.bg). и се прилагат от тази дата към всички клиенти.

7.4. Към официалната тарифа на МЕДИЯТА се публикува скала за изчисляване на цените на спотовете, които са различни от 30"

7.5. Новата тарифа влиза в сила от датата на публикуването й. „Схеми за излъчване", които са заявени преди датата на публикуване на нова тарифа и не са заплатени следва да бъдат преизчислени по новата тарифа като в този случай клиентите имат право да предоговорят своите „Схеми за излъчване" в срок от три работни дни след публикуването на новата тарифа.

7.6. Служителите на отдел „Маркетинг и продажби реклама" на МЕДИЯТА изготвят различни специални оферти за интегрирани предложения, които включват атрактивни елементи, целящи засилена асоциация с избрано от клиента предаване. Интегрираните предложения могат да се състоят от различни комбинации от тематични спонсорски заставки, кратки клипове, шапки реклама, оформление на декор, промо-анонси и др.

7.7. Интегрираните предложения биха могли да включват и допълнително обвързване чрез участие в промоционалната кампания на спонсорираното предаване, която би могла да включва активности в радио, списание, уебсайт и др. преса, външна реклама и др.

7.8. Като част от спонсорски пакет или самостоятелно, МЕДИЯТА предлага възможности за сътрудничество – специално изготвени Internet кампании на портал [www.bloombergtv.bg](http://www.bloombergtv.bg) който включва и подстраниците на всички предавания на медията.

## VIII. СПЕЦИАЛНИ УСЛОВИЯ

8.1. Видът и размерът на увеличение на таксите/цените са както следва:

| Вид увеличение/надценка                          | Цена   |
|--|--|
| 5. Първа и последна позиция в един рекламен блок | 25% (двадесет и пет на сто) увеличение на цената по тарифа (преди приспадане на отстъпките) върху всеки от спотовете |

|   |  |
|---|--|
| 2. Първа или последна позиция в рекламен блок   | 20% (двадесет на сто) увеличение на цената по тарифа (преди приспадане на отстъпките) върху всеки от спотовете |
| 6. Съвместни реклами/допълнителни търговски марки   | До 20 % увеличение на цената по тарифата (преди приспадане на отстъпките) за всеки отделен рекламодател        |
| 4. Избор на рекламен блок   | 10 % увеличение на цената по тарифа (преди приспадане на отстъпките)   |
| 7. Закъснение при подаване на заявката<br>(при закъснение при подаване на заявки МЕДИЯТА не носи отговорност за допуснати грешки) | Неустойка за просрочен ден в размер на 100 лв. без ДДС   |

### IX. ПЛАЩАНЕ. СПИРАНЕ. РЕКЛАМАЦИИ

9.1. Изчисленията на заявените схеми се извършва по действащата към датата на приемане на заявката Тарифа на програмите, а при евентуална последваща промяна на тарифата се актуализират съобразно новата тарифа при спазване на условията на т. 7.5. Всяка потвърдена от отдел "Маркетинг и продажби реклама" на МЕДИЯТА рекламна схема трябва да бъде платена авансово до 100% до 3 работни дни преди започване на кампанията. За време на плащане се приема денят и часът на заверяване на банковата сметка на МЕДИЯТА.

9.2. МЕДИЯТА не започва излъчване на заявена кампания без да е получили дължимото плащане. МЕДИЯТА може, по изключение и при наличие на основателни причини, посочени от Рекламодателя или Агенцията, да дадат съгласие за отлагане на плащанията за не повече от 5 /пет/ работни дни. В случай, че не се извърши плащането в този срок, МЕДИЯТА спира излъчването на кампанията без това да води до каквито и да било неблагоприятни последици за ТЕЛЕВИЗИЯТА.

9.3. МЕДИЯТА има право на временно спиране на излъчването на търговско съобщение без заплащане на обезщетения и неустойки, когато получи доказателства – документи, че с неговото излъчване се нарушават права на трети лица.

9.4. За прекратяването по предходната точка МЕДИЯТА уведомяват незабавно Рекламодателя или Агенцията и предоставя информация на каква база приема излъчването за незаконно.

9.5. В случай, че бъде доказано по надлежен ред, че претенциите на третите лица са неоснователни, МЕДИЯТА възобновява излъчването на търговските съобщения. Цената на неизлъчените, но заявени търговски съобщения се приспада от последващото плащане.

9.6. МЕДИЯТА има право на временно спиране на излъчването на рекламна кампания и при условията на т. 9.2. като възстановява излъчването ѝ след ефективното получаване на дължимото плащане.

9.7. МЕДИЯТА предоставя копие от видеозаписа/-ите на излъчените търговски съобщения за проверка, която се извършва в присъствието на двете страни в сградата на МЕДИЯТА в случаите на спор или рекламация от страна на

Реклагодател/Агенция. За проверката се съставя протокол.

9.8. Когато рекламацията на Реклагодателя/Агенцията бъде приета МЕДИЯТА предоставя компенсация по т. 5.26.

9.9. Рекламации се правят не по-късно от 2 месеца от началото на излъчването на съответната кампания.

9.10. След изтичане на посоченият в предходната точка срок рекламации не се приемат.

## **Х. СРОК. ПРЕКРАТЯВАНЕ**

10.1. Срокът за излъчване на търговски съобщения се определя в индивидуалния Договор.

10.2. Договорът се прекратява с изтичане на определения в него срок. Договорът може да бъде прекратен преди изтичане на срока само по взаимно писмено съгласие на страните, като последиците от предварителното прекратяване се уреждат в допълнително споразумение между страните.

10.3. Договор за излъчване на търговски съобщения може да бъде развален от всяка от страните по него при спазване на условията и реда, предвидени в ЗЗД.

10.4. Договор за излъчване на търговски съобщения може да бъде развален от МЕДИЯТА незабавно при системно неизпълнение на задълженията за плащане от страна на Реклагодателя или Рекламната агенция. "Системно" по смисъла на тези Общи условия е два или повече пъти за срока на индивидуалния договор.

10.5. За неизпълнение на задълженията по сключения договор Реклагодателят/Агенцията дължат неустойки, чийто размер, ред и условия се уговарят в индивидуалния договор.

10.6. В случай, че индивидуалния договор не бъде изпълнен или бъде прекратен предсрочно от Реклагодателя/Агенцията без основание или бъде развален от МЕДИЯТА поради виновно поведение, Реклагодателят/Агенцията дължи на МЕДИЯТА неустойка в размер, определен в договора.

10.7. Настоящите Общи условия могат да бъдат изменени от МЕДИЯТА едностранно. Реклагодателят или Рекламната агенция се уведомяват писмено за настъпилите промени, като имат възможност в 5-дневен срок да се запознаят с тях. В случай че в този срок от тях не постъпи писмено възражение срещу направените промени, последните го обвързват и се прилагат във взаимоотношенията си с МЕДИЯТА.

10.8. Съдържанието и уговорките по индивидуален договор са достояние само на страните по него и са конфиденциална информация.

10.9. Конфиденциална информация е всичко, свързано с организацията и търговската дейност на страна по договора, нейно ноу-хау, практически опит, полезни модели, лични данни на служителите ѝ.

10.10. Не е конфиденциална информацията, която страната изрично е оповестила като такава или която сама е направила общодостъпна.

10.11. Всяка от страните по договор за излъчване на търговски съобщения се задължава да не разпространява конфиденциалната информация на трети лица

под каквато и да било форма, както и да изисква от служителите си и подизпълнителите си спазване на същите ограничения за конфиденциалност.

10.12. За нарушаване на условията за конфиденциалност неизправната страна дължи на изправната неустойка, в размер на 2% (две на сто) от стойността на заявената рекламна кампания/договор, но не по-малко от 3 000 лв. без ДДС. При настъпили вреди в по-голям размер МЕДИЯТА има право да търси обезщетение до реалния им размер по съдебен ред.

10.13. По смисъла на настоящия договор:

1. "Рекламодател" е лице, регистрирано съгласно действащото законодателство, което в това си качество желае да информира, да изпрати послание или да популяризира дейността си, конкретни действия или продукти (резултати от дейност), или да насърчи покупката или ползването на свои продукти, марки или права, чрез средствата на телевизионната реклама, като за тази цел е сключило договор за ползване на телевизионно време, срещу заплащане с МЕДИЯТА или ползва за същата цел услугите на рекламни/медийни агенции. Рекламодателят трябва да е притежател на всички права за ползване и рекламиране на марката или името на продукта, който желае да популяризира чрез програмата на МЕДИЯТА.

2. "Спонсор" на предавания/програми на МЕДИЯТА е лице, осъществяващо законосъобразна дейност, регистрирано съгласно действащото законодателство, което в това си качество участва във финансирането на производството на аудиовизуални предавания на МЕДИЯТА, с цел популяризиране в обществото на името си, търговска марка, репутация или дейност.

3. "Рекламна агенция" е търговец, който по занятие се занимава с осъществяване на дейности в областта на рекламата и е поело по силата на договор пълното или частично рекламно обслужване на един или повече рекламодатели.

4. "Медия агенция" е рекламна агенция, която сключва договори за закупуване на рекламно време с МЕДИЯТА от името на рекламодатели и придобива правото да купува рекламно време при условия, свързани с продажби на реклама.

## **XI. ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ УСЛОВИЯ**

11.1. Страните декларират, че в случай че някоя/-и от клаузите на настоящите Общи условия се окаже/-ат недействителна/-и, това няма да води до недействителност на индивидуалния договор, на други клаузи или части от Общите условия. Недействителната клауза се замества от повелителни норми на закона или установената практика.

11.2. В случай на противоречие между клаузи на различните документи, които съставят договора в неговата цялост, предимство имат клаузите на документите в следната последователност:

1. Анексите към индивидуалния договор;
2. Индивидуалният писмен договор;
3. Настоящите Общи условия.

11.3. За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

11.4. Всички спорове по тълкуване и изпълнение на конкретните договори и настоящите Общи условия се уреждат по споразумение между страните, а ако

такова не бъде постигнато — от компетентен съд със седалище в гр. София.

Настоящите Общи условия влизат в сила от 09.09.2015 г.

УТВЪРДИЛ: .....  
/Г.Бисерински – Управител на „Инвестор ТВ България“ ЕООД/

УТВЪРДИЛ: .....  
/Н.Димитрова – Управител на „Инвестор ТВ България“ ЕООД/

