

О Б Щ И У С Л О В И Я
ЗА ИЗЛЪЧВАНЕ НА ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ
В ПРОГРАМАТА НА БЪЛГАРСКА СВОБОДНА ТЕЛЕВИЗИЯ

I. Предмет и общи положения.

Чл. 1. (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на търговски съобщения в телевизионната програма на Българска свободна телевизия /БСТВ/, наричана по-долу за краткост „програма“, която е собственост на Българска свободна медия ЕООД със седалище гр. София 1000, ул. “Позитано”, №20 и адрес на управление гр. София 1202, ул. “Индустиална”, №11, вписано в Търговския регистър на Агенцията по вписванията, ЕИК 205214825, в качеството му на доставчик на линейни медийни услуги по смисъла на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), наричано по-нататък за краткост „Телевизията“ или „Доставчикът на медийни услуги“.

(2) Търговски съобщения по смисъла на ал. 1 са рекламни клипове (спотове), спонсорство, спонсорски заставки, телевизионен пазар и позициониране на продукти, както и други рекламни форми, незабранени от закон.

(3) Общите условия са задължителни за Телевизията и нейните клиенти, в това число рекламодателите и рекламните агенции. Последните удостоверяват съгласието си с Общите условия с подписа си под индивидуален писмен договор за излъчване на търговски съобщения в Телевизията, в който е изрично регламентирано и прилагането на настоящите Общи условия. Индивидуалният договор се изготвя по образец, предложен от Телевизията, с необходимите приложения към него.

(4) Телевизията осигурява публичност, достъпност и актуалност на Общите условия, цените и Тарифите на своята Интернет страница - www.bstv.bg. Телевизията осигурява, при поискване, безплатен достъп на рекламодатели/рекламни агенции до Общите условия и Тарифите.

(5) Настоящите Общи условия могат да бъдат изменени от Телевизията едностранно. Клиентите, в това число Рекламодателите и рекламните агенции, които имат сключени договори за излъчване на търговски съобщения в Телевизията, се считат уведомени за промените в Общите условия от датата на публикуването им на уебсайта на Телевизията на адрес: www.bstv.bg. В случай, че в 15-дневен срок от публикуването на изменените общи условия, не постъпи мотивирано писмено несъгласие с направените промени от вече приелите Общите условия клиенти, рекламодатели и рекламни агенции, изменените общи условия ги обвързват и се прилагат при взаимоотношенията им с Телевизията по повод излъчването на търговски съобщения за напред.

(6) Правилото по ал. 4, относно мотивираното писмено несъгласие, изречение второ не се прилага в случаите, в които промените в Общите условия произтичат от промени в приложимото законодателство или от акт на компетентен орган.

(7) При изменение на Общите условия, сключените преди това индивидуални договори се изменят съответно по реда посочен в изменението, ако е необходимо.

Чл. 2. Условия, различни от тези, предвидени в Общите условия могат да бъдат уговорени в индивидуален договор с клиент/рекламодател/рекламна агенция, при спазване на разпоредбите на ЗРТ и останалото приложимо законодателство, включително и административните актове, регламентиращи излъчването на търговски съобщения като лицензии, разрешения, удостоверения за регистрация и други, както и действащите решения и становища на Съвета за електронни медии или друг компетентен административен орган.

Чл. 3. (1) Търговски съобщения по смисъла на чл. 1, ал. 2 се излъчват от Телевизията по възлагане от рекламодател или рекламна/медия агенция, срещу заплащане на възнаграждение, определено съобразно действащите Тарифи за излъчване на търговски съобщения в програмите, както и според уговорките на индивидуалния договор.

(2) В случаите, когато Телевизията получи заявка за излъчването на търговски съобщения от рекламна агенция, същата трябва да бъде придружена от Възлагателно писмо, подписано от страна на рекламодателя. Възлагателно писмо се предоставя за всеки отделен клиент на Рекламната Агенция. Образецът на възлагателно писмо е Приложение № 1, към настоящите Общи Условия и е достъпен и на уебсайтовете на Телевизията. Възлагателното писмо съдържа точна информация за рекламодателя, рекламираната търговска марка, стока или услуга, представя се с първия медия план за излъчване на съответния рекламодател и действия за периода, изрично указан в него.

(3) В случай, че рекламна агенция сключи рамков договор за излъчване на търговски съобщения в Телевизията, на основание, на който ще бъде обслужван повече от един рекламодател, рекламната агенция следва да представи писмените оправомощавания (възлагателни писма) за всеки отделен свой клиент.

Чл. 4 (1) Телевизията, приема да излъчва търговски съобщения в програмите си, след ясно определяне на наименованието на търговската марка, продукта и/ или услугата, обект на кампанията.

(2) Търговските съобщения следва да представят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на клиента, 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 собственика 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.

Чл. 5. (1) С подписване на индивидуален 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 медия плановете за излъчване на търговски съобщения и свързаната с тях кореспонденция стават само по електронен път като електронни документи по смисъла на Закона за електронния документ и електронния подпис (ЗЕДЕП), 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 същото със сигурност съдържа валидно изпратено волеизявление от съответната страна по договора.

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

(3) 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.

II. Изисквания към съдържанието на търговските съобщения.

Възлагане и гаранции.

Чл. 6 (1) Търговските съобщения следва да са изработени в съответствие със Закона за радиото и телевизията \ЗРТ\, Закона за авторското право и сродните му права \ЗАПСП\, Закона за марките и географските означения \ЗМГО\, Закона за защита на конкуренцията \ЗЗК\, Закона за защита на потребителите \ЗЗП\, Закона за здравето \ЗЗ\ и останалото относимо и приложимо законодателство.

(2) Рекламодателят и/или Агенцията, с приемането на настоящите Общи условия, гарантират, че с излъчването на предоставените от тях търговски съобщения в програмите, не се нарушава правата на трети лица и че ако подобни претенции възникнат, ще ги удовлетворяват изцяло и за своя сметка.

Чл. 7. (1) Възлагането на излъчването на конкретно търговско съобщение се извършва от Рекламодателя и/или Агенцията с потвърждаване на медия план за излъчване на търговски съобщения, изпратен чрез електронна поща в срок най-късно до 3 (три) пълни работни дни преди датата на първото излъчване по медия плана до отдел „Продажби“ на Телевизията. Електронната размяна на изявления и документи се извършва, в съответствие с чл. 5.

(2) Рекламодателят гарантира пред Телевизията необезпокоявано и законосъобразно излъчване на възложените търговски съобщения.

(3) За изпълнение на задължението по ал. 2, преди да възложи за излъчване в програмите конкретно търговско съобщение, Рекламодателят гарантира пред Телевизията че:

1. има законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да рекламира продукта, услугата или марката, чието търговско съобщение се възлага да бъде излъчено;

2. имат законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да използват 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 и имуществените), с авторите на търговските съобщения, предоставени за телевизионно излъчване и е уредил взаимоотношенията си с всички други носители на авторски и сродни права, чиито произведения и изпълнения са включени в търговските съобщения, 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:

а) всички необходими разрешения за използването на, създадените от съответните носители на права, обекти на авторски и сродни права, включително използване посредством телевизионно излъчване в програмите, в това число и за всички начини на излъчване, предаване и препредаване, включително за препредаване в кабелните мрежи на трети лица и

б) е заплатил предварително телевизионното излъчване по смисъла на б „а“ в съответните програми на Телевизията;

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 и относимо българско законодателство.

(4) Рекламодателят се задължава да представя на Телевизията за излъчване само търговски съобщения с предварително уредени права за излъчване. Всички претенции за нарушени чужди права и законни интереси се отнасят към Рекламодателя. Рекламодателят, самостоятелно или посредством обслужващата го Агенция, поема за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от гаранциите по ал. 2 и ал. 3 бъдат предявени каквито и да било претенции.

Чл. 8. (1) В случай че излъчването и/или съдържанието на търговско съобщение се прецени от регулаторен орган като нарушение на действащото законодателство и той наложи административно-наказателна санкция, Рекламодателят, самостоятелно или посредством обслужващата го Агенция, поема за своя сметка заплащането на имуществената санкция, като се задължава да заплати същата на Телевизията в срок до седем дни от получаване на наказателното постановление.

(2) Рекламодателят самостоятелно или посредством обслужващата го рекламна агенция се съгласява да обезщети Телевизията срещу всички и всякакви претенции от какъвто и да е характер, отправени от трети страни срещу Телевизията по повод възложените за излъчване търговски съобщения, включително, но не само, претенции свързани със ЗЗК, правата на личността, авторски и сродни права и права на интелектуална собственост и върху търговска марка. Рекламодателят самостоятелно или посредством обслужващата го рекламна агенция дължи

обезщетение на Телевизията за всякакви разходи, загуби или вреди, претърпени от нея, в резултат на каквито и да е предявени към нея претенции или съдебно или друго производство или предстоящо съдебно или друго производство във връзка с възложените за излъчване или вече излъчени търговски съобщения.

(3) Телевизията уведомява своевременно Рекламодателя и/или Агенцията за започването на административно-наказателна процедура - по електронна поща с електронно изявление, съгласно описаното в чл. 5, при получаването на акт за установяване на административно нарушение.

(4) Рекламодателят и/или Агенцията имат право да се включат чрез свой процесуален представител в административното и съдебното производство по съставен акт за нарушение, респективно издадено наказателно постановление от компетентен орган. Процесуалният представител, упълномощен от Телевизията, в хода на административното и съдебно производство защитава и интересите на Рекламодателя и/или Агенцията. В случай че Рекламодателят и/или Агенцията не са се възползвали от правата си по смисъла на предходното изречение и не са упълномощили свой представител, последните нямат право, след приключване на съответните административни и съдебни производства пред всички инстанции, да претендират непонасяне на негативните правни и фактически последици от съответния административен и/или съдебен акт, с аргумент че интересът им не е бил добре защитен от представителя на Телевизията.

Чл. 9 (1) Телевизията си запазва правото да откаже или спре всяка заявка за излъчване на търговски съобщения или да откаже да излъчва което и да е търговско съобщение, в случай че излъчването му и/или съдържание му би могло, по преценка на Телевизията, да доведе до някое от следните последствия:

1. нарушение на действащото законодателство, включително нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, приети от Националния съвет по саморегулация;

2. нарушение на задълженията, съдържащи се в административните актове, регламентиращи дейността на Телевизията, включително задълженията за излъчване и задълженията, свързани с излъчването на телевизионна реклама;

3. да доведе до налагане на санкции от трети страни (включително, но не само, притежатели на права, конкуренти, държавни и административни органи, Националния съвет по саморегулация и други подобни);

4. в случай на претенции от страна на трето лице, че излъчването на рекламата нарушава техни законни права и интереси – до представяне на доказателства от страна на рекламодателя, че не е налице нарушение.

(2) В случаите по ал. 1 Телевизията уведомява рекламодателя незабавно и може да излъчи за предплатената сума търговски съобщения на рекламодателя, след подмяна на същите или представяне на доказателствата по ал. 1, т. 4. При неотстраними и/или неотстранени пороци по смисъла на предходните алинеи, Телевизията не дължи връщане на авансово платени суми по реда на чл. 23 или договорени в индивидуален договор.

III. Планиране и излъчване на търговски съобщения.

Чл. 10 (1) Търговските съобщения се излъчват на базата на остойностени схеми на излъчване (медия планове), които съдържат някои или всички от изброените по-долу елементи, в зависимост от вида на конкретната сделка:

1. Рекламодател;
2. Търговска марка, продукт или услуга, обект на кампанията, целева аудитория на кампанията;
3. Видеоматериал, който ще се излъчва - наименование на видеоклипа, времетраене;
4. Дата/дати на излъчване, час и брой излъчвания, съобразено с Тарифите и програмната схема на програмата;
5. Период на кампанията;

6. Остойността по Тарифа или съобразно условията по индивидуалния договор;

7. Отстъпки;

8. Дължимата сума по схемата;

9. Прогнозен рейтинг;

(2) Образецът на медия план, който съдържа необходимите реквизити, по смисъла на ал. 1 се изготвя от Телевизията.

(3) Медия планът става неразделна част от индивидуалния писмен договор, след приемането му от упълномощен служител на Телевизията, по реда на чл. 5.

(4) Медия планът трябва да бъде подаден в Телевизията не по-късно от 3 пълни работни дни, преди първото излъчване на търговско съобщение/рекламен клип по него.

(5) При забавяне на рекламна кампания по вина на Телевизията, същата се задължава да компенсират Рекламодателя, като излъчи забавените излъчвания в равностойно рекламно време, след съгласуване с Клиента.

(6) Краят на кампанията се съобщава на Телевизията към момента на заявяването ѝ, в случай че е подадена на части и/или когато излиза извън календарен месец.

Чл. 11 (1) Излъчването на търговски съобщения става след предварително подаден и потвърден медия план по реда на чл. 5 от страна на клиента и сключен индивидуален договор. Медия планът може да бъде подаден от клиента към Телевизията или изготвен от отдел "Продажби" на Телевизията по параметри, зададени от страна на клиента и одобрен от него. Изготвянето на медия план от Телевизията за Рекламодател не се заплаща допълнително.

(2) Промени по медия плана могат да бъдат правени писмено най-късно до 2 пълни работни дни преди излъчването на съответното търговско съобщение.

(3) Телевизията си запазва правото да прави промени по медия плана, поради промяна в програмната схема на програмата, за което е длъжна да уведоми предварително Клиента, по реда на чл. 5.

(4) При планиране на излъчванията, рекламните блокове, които се асоциират с дадено предаване са тези, които са разположени непосредствено преди и по време на съответното предаване.

(5) Отмяната на излъчвания от потвърдените медия планове от страна на Рекламодателя или Агенцията става без утежнение в заплащането, ако е направено с писмено предизвестие от най-малко 3 (три) пълни работни дни преди отмененото излъчване.

Чл. 12 (1) Отдел "Продажби" на Телевизията позиционира дадена кампания в програмната схема на телевизионната програма, след което потвърждава медия плана с описани предавания, цени и отстъпки, имена и продължителност на клиповете и период на кампанията към Рекламодателя или Агенцията по електронна поща като електронен документ съгласно описаното в чл. 5.

(2) Отдел "Продажби" на Телевизията позиционира дадена кампания в програмната схема, след което потвърждава медия плана с описани предавания, цени и отстъпки, имена и продължителност на клиповете и период на кампанията към Рекламодателя или Агенцията по електронна поща като електронен документ, съгласно описаното в чл. 5.

(3) В случай че Телевизията няма възможност да реализира медия плана, така както е изготвен от Рекламодателя или Агенцията, отдел „Продажби“ 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 Телевизията. Размяната на съобщения се извършва по реда на чл. 5.

(4) Телевизията има право да откаже позиционирането на рекламен спот по своя преценка или в определено предаване, в случай че няма свободно място. Директно отдел „Продажби“ на Телевизията съгласува преместването на търговски съобщения в друго предаване с Рекламодателя или Агенцията по реда, уговорен в ал. 3.

Чл. 13. (1) ТЕЛЕВИЗИЯТА продава рекламното си време:

1. на фиксирана цена по предавания;
2. цена за часови пояс;
3. специална цена за конкретно предаване или
4. възможност за покупка на пакети по преференциални цени, регламентирани в съответната Тарифа за реклама и спонсорство и/или посочени в индивидуален договор.

Чл. 14 (1) Разпределението на клиповете на Рекламодател, при изготвяне на пакет, се определя от следните критерии:

1. избягване претоварването, както на рекламните блокове, така и на съответните предавания с рекламни блокове, с цел доставяне на по-висока ефективност на търговските съобщения;
2. поредност на заявките на клиентите към Телевизията;
3. балансирано разпределение на присъствието на съответния Рекламодател в програмата на телевизията;
4. съобразно критериите за разпределение по часови зони, описани в Тарифата за реклама.

(2) Телевизията предлага на клиентите си различни спонсорски пакети, както и изработването и излъчването на платени репортажи.

(3) Телевизията има гъвкава политика, относно използването на други рекламни форми, когато тяхното излъчване не противоречи на закона, добрата практика и съдържанието на съответното предаване.

(4) Телевизията предлага време за излъчване на търговски съобщения във всички предавания от програмите си с изключение на тези, в които излъчването на търговски съобщения е забранено по закон.

Чл. 15. (1) Екипът на отдел „Продажби“ на Телевизията изготвя разнообразни 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.

(2) 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, преса, външна реклама, специални събития и други.

Чл. 16. (1) Когато Телевизията прецени, че съдържанието на предоставено за излъчване телевизионно търговско съобщение противоречи на разпоредбите на ЗРТ и/или други приложими норми от действащото законодателство или публично известната регулаторна практика, ТЕЛЕВИЗИЯТА не стартира излъчването му, независимо от потвърдения медия план, като уведомява незабавно Рекламодателя или Агенцията. Страните разглеждат и обсъждат всички доводи и преценяват заедно риска от излъчване.

(2) Търговски съобщения, чието съдържание Телевизията преценява за такова, което може да се сметне за насочено към увреждане на физическото, умственото и морално развитие на малолетни и непълнолетни, могат да бъдат позиционирани само между 23.00 и 6.00 часа. Рекламодателят или Агенцията нямат право да изискват позициониране в друго часово време на такъв тип телевизионни търговски съобщения, но могат да откажат своевременно излъчването им.

(3) Телевизията 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 Закон за здравето (ЗЗ) и не излъчва телевизионни търговски съобщения, за които преценява, че представляват пряка реклама на спиртни напитки по смисъла на ЗЗ.

(4) Преценката на ТЕЛЕВИЗИЯТА 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) Спонсорски заставки, чието съдържание не отговаря на законовите изисквания или публично известната регулаторна практика, следва да бъдат преработени или заменени.

(6) 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 приведе 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, Телевизията 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.

(7) Телевизията уведомява Рекламоателя или Агенцията своевременно за обстоятелствата по предходните алинеи.

(8) В случаите, упоменати в настоящия член, Телевизията 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.

Чл. 17. (1) Телевизията се задължава да излъчи всички потвърдени от нея търговски съобщения, съгласно одобрения медия план, освен ако:

1. настъпят форсмажорни обстоятелства или значими събития, събития от значителен обществен интерес или събитията с важно обществено значение;

2. бъде установено по надлежен ред, че с излъчването на търговските съобщения се нарушават ЗРТ, ЗАПСП, 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 Телевизията, до приключване на производството по законовия ред.

3. телевизията счете за целесъобразно спирането на потвърдени от нея търговски съобщения.

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

(3) Телевизията се задължава да осигури подходящо техническо качество на излъчването, но не може да гарантира качество на приемането.

Чл. 18. (1) В случай на пропуск в излъчването на търговски съобщения по одобрения от страните в договора медия планове, Телевизията компенсирa Рекламоателя в програмите със същия брой излъчвания в размер и позициониране, равностойни на пропуснатите, които ще бъдат предварително съгласувани с Рекламоателя или Агенцията.

(2) Неизлъчване на няколко търговски съобщения или пропуск да започне навреме кампания не се считат за

частично или цялостно неизпълнение на индивидуалния договор от страна на Телевизията.

IV. Предоставяне на рекламни материали/търговски съобщения и документи

Чл. 19. (1) Рекламните материали се предоставят на Телевизията от Рекламодателя или Агенцията с качество, което е подходящо за телевизионно излъчване, най-късно два пълни работни дни преди датата на излъчване на файлове. Агенцията, респективно клиентът, следва да изпрати придружително писмо до упълномощените по смисъла на чл. 5 лица, което да съдържа като минимум следната информация: сървър, име на файла/файловете, оформено според спецификацията - File Naming Structure, съгласно ал. 2, на настоящия член.

(2) File Naming Structure:

	<u>За SD материали</u>	<u>за HD материали</u>
File Format	XDCAM SD (IMX-D10)	XDCAM HD 4:2:2 (MPEG HD422)
Video coding	MPEG-2 422P@ML	MPEG-2 422P@HL
Video Bit Depth	8	8
Video Bit Rate	30 CBR	50 CBR
Chroma Sampling	4:02:02	04:02:02
Frame Size	720x576	1920x1080
Starting time code of the file	00:00:00:00	00:00:00:00
Frame Rate	25i	50i
Aspect	16x9 FHA - 4x3 Safe Area or optionally 4x3	16x9 - 4x3 Safe Area
PAL or NTSC	PAL	PAL
Video standard	ITU BT601-5 (50 Hz)	ITU BT.709-5 (50 Hz)
Audio Levels	Max Peak: -9 dBFS; infinite loudness -23LUFS+/-1db (EBU R 128); loudness range 5db +/-1	Max Peak: -9 dBFS; infinite loudness -23LUFS+/-1db (EBU R 128); loudness range 5db +/-1
Audio Coding	PCM 8 ch/16 bit/48 kHz	PCM 8 ch/24 bit/48 kHz
File Containers	MXF	MXF

(3) В случай на желание от страна на Клиента за замяна на клип, същото следва да бъде заявено писмено към отдел „Продажби“ на Телевизията и попълнено във формуляра по предходната алинея, като следва да се посочи следната информация:

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

(4) При промяна на рекламен материал по предходните алинеи, агенцията/рекламодателят следва да изискват потвърждение директно от Телевизията. При липсата на потвърждение по смисъла на предходната алинея, Телевизията не носи отговорност за допуснати грешки.

(5) Телевизията не носи отговорност за допуснати неточности при излъчване на търговски съобщения, в случай

че посочените във спецификацията и медия плана (по чл.10, ал.1, т.3 и по чл.19, ал.1, 2, 3 и 4) 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 спецификацията по ал. 2.

Чл. 20 (1) Рекламната агенция/рекламодателят се задължават да представят на Телевизията при поискване всякакви доказателства, касаещи съдържанието и правата на предоставения за излъчване рекламен материал.

(2) В случай, че рекламният материал съдържа защитена музика, рекламната агенция и рекламодателят гарантират, че са придобили и заплатени синхронизационните права за всяка музика, съдържаща се в рекламния материал.

(3) В случай, че рекламният материал е на език, различен от българския рекламната агенция/рекламодателят се задължават да представят рекламния материал със субтитри на български език или превод на български език.

(4) Търговските съобщения за стоки и услуги, чието производство или търговия подлежат на лицензионен режим съгласно чл. 9, ал. 1, т. 2 от Закона за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност или за чиято реклама се изисква разрешение, могат да бъдат включвани в медийни услуги само след представяне от рекламодателя/рекламната агенция на Телевизията на съответния лиценз или разрешение.

V. Цени за излъчване на Търговски съобщения. Начини на плащане.

Чл. 21 (1) Цените за излъчване на търговски съобщения се определят в действащи тарифи на Телевизията, които се публикуват на уеб сайта на Телевизията.

(2) Тарифите могат да бъдат променяни, като за вече сключени договори новите цени влизат в сила ДВЕ седмици след оповестяването на новата тарифа на уеб сайта на Телевизията, ако тарифата предвижда завишение на цените.

(3) При заявена и предплатена вече рекламна кампания, цените за излъчване, след обявяването на нова тарифа съответно:

1. Не се променят ако новата тарифа е с по-високи цени от предходната.

2. Променят се към по-ниски цени, ако новата тарифа е с по-ниски цени от предходната, като Телевизията излъчва допълнителна реклама за предплатената и неусвоена поради намалението на цените реклама по съгласуван с рекламодателя/рекламната агенция медия план.

(4) На промяна не подлежат цените за излъчване на реклама, която е договорена по фиксирана тарифа в предварително подписан договор между телевизията и Клиента.

Чл. 22 (1) Тарифата/Тарифите са формирани на база цени за 30 секунден клип. Неразделно приложение към Тарифата/ите е скала на базата на проценти (%) за изчисление на цената на различни от 30 сек. дължини на рекламни форми.

(2) Телевизията оферира на клиентите си и специални **рекламни пакети** в зависимост от аудиторията, обема на инвестицията или реализиране на маркетингова цел на Телевизията.

(3) При **съвместна реклама** на продукти на различни рекламодатели в един рекламен спот, цената на излъчване се завишава с до 40% (четиридесет на сто), преди приспадането на отстъпките.

(4) При желание за излъчване във **фиксиран рекламен блок** или **фиксирано място в рамките на рекламен блок**, рекламодателят заплаща до 20% завишение на цената по тарифа върху стойността на излъчването, преди приспаданати отстъпки - до 20% за фиксиран рекламен блок и до 20% за фиксирано място.

Чл. 23 (1) Плащането на рекламна кампания се извършва при следните условия:

1. 50% (петдесет на сто) авансово плащане, най-късно 2 дни преди стартирането на рекламната кампания
2. 50% (петдесет на сто) доплащане, не повече от 5 дни след стартиране на кампанията.
3. Условия, различни от посочените в т. 1 и 2 могат да бъдат уговорени и в индивидуален договор.

(2) Телевизията не започва излъчването на кампания при неспазването на гореспоменатите условия. Телевизията си запазва правото да спре излъчването на рекламна кампания при забавяне на плащането от страна на Клиента.

VI. Спиране на рекламна кампания.

Чл. 24. (1) Телевизията има право да спре временно излъчването на търговско съобщение без заплащане на обезщетения и неустойки, когато получи доказателства - документи, издадени по надлежен ред от компетентен орган, че с неговото излъчване се нарушават права на трети лица или е налице някое от обстоятелствата по чл. 9, ал. 1 и/или чл. 17, ал. 1.

(2) За прекратяването по ал. 1 Телевизията уведомява незабавно Рекламодателя или Агенцията по реда на чл. 5 и предоставя информация на каква база приема излъчването за незаконно.

(3) Ако бъде доказано по надлежен ред, че претенциите на третите лица са неоснователни или че обстоятелствата по чл. 9, ал. 1 и/или чл. 17, ал. 1 не са настъпили, Телевизията възобновява излъчването на търговските съобщения. В случай, че по надлежен ред бъде доказано, че претенциите на третите лица са основателни или че обстоятелствата по чл. 9, ал. 1 и/или чл. 17, ал. 1 са настъпили, Телевизията не дължи връщане на авансово платени суми по реда на чл. 23 или договорени в индивидуален договор

Чл. 25. Телевизията може да спре временно излъчването на рекламна кампания и при условията на чл. 23, като възстановява излъчването ѝ след ефективното получаване на дължимото плащане.

Чл. 26. При спирането на рекламна кампания по вина на Клиента, той дължи на Телевизията 5% от стойността на неизлъчената реклама.

VII. Сертификати.

Чл. 27. Телевизията издава Сертификат, удостоверяващ излъчванията на рекламната кампания до 15 работни дни, след края на календарния месец в който е осъществено последното излъчване по съответния медиа план.

VIII. Срок и прекратяване на договорите за излъчване на търговски съобщения.

Чл. 28. (1) Срокът се определя в индивидуалния договор.

(2) Договорът се прекратява с изтичане на определения в него срок. Договорът може да бъде прекратен преди изтичане на срока по взаимно писмено съгласие на страните, като последиците от предсрочното прекратяване се уреждат в подписан от страните нарочен протокол.

Чл. 29. (1) 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.

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

IX. Конфиденциалност.

Чл. 30. (1) Съдържанието и уговорките по индивидуален договор са достояние само на страните по него и са конфиденциална информация.

(2) 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.

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

(4) Не се счита за разпространение на конфиденциална информация предоставянето на информация на компетентните държавни органи, изискана от тях в предвидените от закона случаи.

Чл. 31. 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.

Чл. 32. 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 5 000 лв. без ДДС. При настъпили вреди в по-голям размер от уговорената неустойка, Телевизията си запазва правото да претендира реалната стойност по съдебен ред.

X. Недействителност.

Чл. 33. 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.

XI. Приоритети.

Чл. 34. 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.

Чл. 35. За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

Чл. 36. 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.

XII. Допълнителни разпоредби.

Чл. 38. По смисъла на настоящите Общи условия:

1. „Телевизията“ е БЪЛГАРСКА СВОБОДНА ТЕЛЕВИЗИЯ.
2. „Клиент“ е юридическо лице-рекламодател и/или рекламна/медия агенция.
3. „Програма“ е телевизионната програма, собственост на БЪЛГАРСКА СВОБОДНА ТЕЛЕВИЗИЯ.

XIII. Преходни и заключителни разпоредби.

§ 1. Настоящите Общи Условия са утвърдени на 2019 г., публикувани са на уебсайта на Телевизията на адрес: www.bstv.bg на 2019 г., и влизат в сила 14 календарни дни, след публикуването им уебсайта.

§ 2. В случай, че в 14-дневния срок от публикуването на настоящите Общи условия, не постъпи мотивирано писмено несъгласие, същите влизат в сила и по отношение на заварените клиенти, Рекламодатели и рекламни агенции, които имат сключени договори за излъчване на търговски съобщения в Телевизията към датата на влизане в сила на настоящите Общи условия.