

ОБЩИ УСЛОВИЯ

ЗА ИЗЛЪЧВАНЕ НА АУДИО-ВИЗУАЛНИ ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ ПО ПРОГРАМА БиБиТи

I. ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Чл. 1. (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на аудио-визуални търговски съобщения, по смисъла на Закона за радиото и телевизията, в национална телевизионна програма БиБиТи на „БАЛКАН БЪЛГАРСКА ТЕЛЕВИЗИЯ“ ЕАД (Телевизията).

(2) Аудио-визуални търговски съобщения са рекламата, спонсорството, телевизионния пазар и позиционирането на продукти, дефинирани в Закона за радиото и телевизията.

(3) Общите условия са задължителни за Телевизията и за рекламодателите и/или рекламните агенции и представляват неразделна част от индивидуалните писмени договори.

II. ЗАЯВЯВАНЕ И ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА АУДИО-ВИЗУАЛНИ ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ

Чл. 2. (1) Аудио-визуални търговски съобщения се излъчват по възлагане на рекламодател срещу заплащане на възнаграждение, определено съобразно действащата Тарифа на Телевизията и условията на индивидуалния договор.

(2) Аудио-визуални търговски съобщения могат да се заявяват и посредством рекламна агенция (агенция). Агенцията предоставя възлагателно писмо за всеки отделен свой клиент, чрез което удостоверява, че ѝ е възложено провеждането на рекламни кампании в телевизионна програма БиБиТи от името на определен клиент. Телевизията не е длъжна да започне излъчването на заявената кампания, докато агенцията не ѝ предостави възлагателно писмо, подписано от съответния клиент.

Чл. 3. (1) Заявяването за излъчване на конкретно аудио-визуално търговско съобщение се осъществява чрез писмено запитване, подадено от рекламодателя и/или агенцията в срок не по-късно от 3 работни дни, преди датата на излъчване.

(2) След като се обработи заявлението, Телевизията изготвя остойностена схема на излъчване, определяща точните условия и параметри на излъчване.

(3) Схемата на излъчване се одобрява от рекламодателя и/или агенцията в писмена форма, в срок не по-дълъг от 3 работни дни, преди посочената дата на стартиране на излъчването. Схемата на излъчване е неразделна част от договора между страните.

(4) Всяко искане за промяна в схемата на излъчване се прави в писмена форма, не по-късно от 2 работни дни, преди стартиране на излъчването.

(5) Промени в схемата на излъчване, дължащи се на промени в програмната схема на Телевизията, могат да бъдат правени по всяко време от Телевизията, като се съгласуват с Рекламодателя и/или агенцията.

Чл. 4 (1) В случай, че Телевизията няма възможност да реализира заявката, така както е направена от рекламодателя и/или агенцията, Телевизията изпраща предложение за нова схема на излъчване до рекламодателя/агенцията, за което изисква одобрение в рамките на 1 работен ден от получаването. Липсата на писмен отговор в

този срок от рекламодателя/агенцията се счита за мълчаливо съгласие с предложението на Телевизията.

(2) Телевизията има право да откаже излъчването на аудио-визуално търговско съобщение в случай, че рекламното време на Телевизията за конкретен часови пояс е запълнено.

Чл. 5 (1) Когато Телевизията прецени, че съдържанието на дадено аудио-визуално търговско съобщение противоречи на действащото българско законодателство или на публично известна регулаторна практика, Телевизията не стартира излъчването на търговското съобщение, независимо от потвърдената схема на излъчване, като уведомява незабавно рекламодателя или агенцията.

(2) В случаите по ал. 1 аудио-визуалното търговско съобщение се преработва от рекламодателя и/или агенцията.

Чл. 6 (1) В случай на пропуск в излъчването на аудио-визуални търговски съобщения по одобрените от страните в договора схеми на излъчване, Телевизията компенсира рекламодателя със същия брой излъчвания в размер и позициониране, равностойни на пропуснатите, които ще бъдат предварително съгласувани с рекламодателя или агенцията.

(2) Неизлъчване на няколко аудио-визуални търговски съобщения или пропускът да започне навреме кампанията не се считат за частично или цялостно неизпълнение на индивидуалния договор от страна на Телевизията.

III. ИЗИСКВАНИЯ КЪМ АУДИО-ВИЗУАЛНИ ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ

Чл. 7. (1) Аудио-визуалните търговски съобщения следва да са изработени в съответствие със Закона за радиото и телевизията, Закона за защита на потребителите, Закона за авторското право и сродните му права, Закона за марките и географските означения, Закона за защита на конкуренцията, Закона за здравето, Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение “Национален съвет за саморегулация” и да отговарят на останалото приложимо българско законодателство.

(2) Аудио-визуалните търговски съобщения следва да представят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на рекламодателя и/или клиента на агенцията, или такива, за които същият има отстъпени права на ползване съгласно договор за изключителна лицензия по смисъла на Закона за марките и географските означения, по силата на който никой друг, включително собственикът на марката/ите, не може да използва лицензираните марки. Договорът за изключителна лицензия се смята за действащо доказателство по настоящите общи условия, ако е вписан по надлежния ред в регистъра при Патентно ведомство.

(3) Рекламодателят и/или рекламната агенция гарантира, че предоставените за излъчване аудио-визуалните търговски съобщения не нарушават правата и законните интереси на трети лица, че са съобразени с действащото законодателство, както и с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение “Национален съвет за саморегулация”.

(4) Рекламодателят и/или агенцията поема за своя сметка цялата имуществена отговорност и съответно заплащане на претърпените имуществени вреди, включително имуществените санкции, наложени от регулаторен орган, в случай че на Телевизията бъде наложена имуществена санкция поради нарушение на ал. 1 – 3 или претърпи други имуществени вреди.

Чл. 8. Аудио-визуалните търговски съобщения се предоставят от рекламодателя/агенцията с качество, подходящо за телевизионно излъчване, най-късно 2 работни дни преди датата на стартиране на излъчването.

IV. ЦЕНИ.

Чл. 9. (1) Цените, по които Телевизията предоставя телевизионно време за излъчване на аудио-визуални търговски съобщения са определени според действащата към момента на заявката Тарифа и съобразно уговореното в индивидуалните договори.

(2) Към Тарифата на Телевизията се публикува скала за изчисляване цените на рекламни клипове, кратни на 5. Рекламни клипове с междинни дължини се закръгляват както следва: завършващите на 1 и 2 – към по-ниската, а на 3 и 4 – към по-високата стойност.

(3) Тарифата на Телевизията може да бъде променяна едностранно от Телевизията с двуседмично предизвестие и се счита за официална от момента на публикуването ѝ на страницата в интернет на Телевизията на адрес: www.bbt.tv. Телевизията своевременно уведомява за настъпилата промяна рекламодателите и/или агенциите чрез електронна поща.

(4) При промяна на тарифата рекламодатели, предплатили минимум 50% авансово своите остойностени схеми на излъчване имат право да направят избора на тарифа в рамките на предплатените схеми. За да запазят правото си по предходното изречение, рекламодателите доплащат разликата до 100% преди началото на кампанията.

(5) Телевизията си запазва правото да обявява цени и условия, свързани със специални позиции или събития за излъчване на аудио-визуални търговски съобщения, които не са включени в стандартната тарифа.

Чл. 10. Завишения на цените във връзка със специални условия, свързани с излъчването на конкретно аудио-визуално търговско съобщение, са следните:

1. за фиксирана позиция за излъчване на клип в рекламен блок – 20% завишение на цената по тарифа (преди приспадане на отстъпките);

2. при клипове, съдържащи повече от един продукт или допълнителни търговски марки – 40% завишение на цената по тарифа (преди приспадане на отстъпките);

3. при подаване на рекламните материали в деня на излъчване на рекламата – еднократно завишение в размер на 500 лв. без ДДС.

Чл. 11. (1) Телевизията предоставя следните видове отстъпки:

1. специална отстъпка – предоставя се на рекламодатели и/или агенции, които имат дълготрайни отношения с Телевизията, свързани с период, време или честота на излъчване на аудио-визуални търговски съобщения. Специалната отстъпка се уточнява индивидуално с всеки клиент, в писмена форма и става неразделна част от договора между двете страни.

2. количествена отстъпка - отстъпка предоставяна на рекламодатели, които са заявили и усвоили телевизионно време за излъчване на аудио-визуални търговски съобщения, чиято стойност по тарифата на Телевизията надвишава определен в Обемната скала на Телевизията паричен обем. Количествена отстъпка се предоставя само за реално излъчени рекламни материали. Платените суми за спонсорство се считат за количествено натрупване при формиране само на процента на количествената отстъпка, който се приспада във всяка последваща заявка за реклама.

Обемна скала за количествени отстъпки в ВВТ	
50 000 – 150 000 лв.	3%
150 000 – 300 000 лв.	6%
300 000 – 600 000 лв.	9%
600 000 – 900 000 лв.	12%
900 000 – 1 200 000 лв.	15%
1 200 000 – 1 500 000 лв.	17%
Над 1 500 000 лв.	20%

3. агентска комисионна – отстъпка в размер на 10%, предоставяна на агенции, която се изчислява върху ефективно излъчени аудио-визуални търговски съобщения и за всяка остойностена схема на излъчване на аудио-визуални търговски съобщения.

4. сконто – процентна отстъпка в размер на 5%, при авансово заплащане на дължими суми за аудио-визуални търговски съобщения.

(2) Редът за изчисляване на отстъпките по ал. 1 е агентска, количествена, специална, сконто.

Чл. 12. Документите, необходими за закупуване на телевизионно време, са както следва:

1. договор за предоставяне срещу заплащане на телевизионно време за излъчване на аудио-визуални търговски съобщения;
2. възлагателно писмо по образец на Телевизията;
3. остойностена схема на излъчване.

V. УСЛОВИЯ ЗА ПЛАЩАНЕ

Чл. 13. (1) Рекламоателят заплаща нетната стойност на подадената остойностена схема, след приключване на текущия месец по протоколи, изготвени от Телевизията. При поискване от страна на Телевизията, агенцията/рекламоателят са длъжни да представят копие от платежното нареждане.

(2) Сконто отстъпката може да бъде използвана само при заплащане на цялата стойност на остойностената схема на излъчване, след приспадане съответно на агентска, количествена и специална отстъпки.

(3) При неуредени финансови отношения по подадени остойностени схеми, и отчетени сертификати и справки за излъчване, Телевизията си запазва правото да спре бъдещи излъчвания на аудио-визуални търговски съобщения.

(4) Платежните нареждания задължително съдържат следната допълнителна информация като основание за плащане:

1. име на клиента;
2. номер и дата на договора;
3. вид на аудио-визуални търговски съобщения (реклама, спонсорство, телевизионен пазар или позициониране на продукт).

VI. РЕКЛАМАЦИИ

Чл. 14. (1) При спор или рекламации от страна на рекламоателя или агенцията относно излъчването на аудио-визуални търговски съобщения Телевизията се

задължава да предостави копие от видеозаписа/-ите на излъчения/-те аудио-визуално/-и търговско/-и съобщение/-е, които се проверява/-т в помещенията на Телевизията в присъствието на представители на двете страни, за което се съставя протокол.

(2) Искането за рекламации трябва да бъде направено не по-късно от 3 месеца, считано от началото на излъчването на съответната кампания. В случай на закъсняла рекламация, Телевизията не дължи компенсации.

VII. ПОТВЪРЖДАВАНЕ НА НАПРАВЕНИ ИЗЛЪЧВАНИЯ

Чл. 15. (1) След изтичане на календарния месец, в срок до 20-то число на следващия, Телевизията издава месечни сертификати и изготвя месечни справки за реално излъчените аудио-визуални търговски съобщения на базата на заявените и потвърдени остойностени схеми на излъчване. Сертификатът се издава на името на агенцията и/или рекламодателя, в полза на който е излъчено аудио-визуалното търговско съобщение.

(2) До 25-то число на месеца, следващ месеца на излъчване се изготвя протокол, съдържащ окончателната дължима сума за съответния месец. До 28-мо число на месеца, следващ месеца на излъчване агенциите, директни рекламодатели или спонсори следва да подпишат протокола и заплатят сумата по него.

VIII. КОНФИДЕНЦИАЛНОСТ

Чл. 16. (1) Съдържанието и уговорките по всеки индивидуален договор са достояние само на страните по него и представляват конфиденциална информация.

(2) Конфиденциална информация е всичко, свързано с организацията и търговската дейност на страна по договора, нейния 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) Всяка от страните по договор за излъчване на рекламни материали 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.

(5) За нарушаване на условията за конфиденциалност, неизправната страна дължи на изправната неустойка, чийто размер се определя в индивидуалния договор.

IX. ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ УСЛОВИЯ

Чл. 17. (1) За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

(2) 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 компетентния съд със седалище в гр. София.

Настоящите Общи условия са утвърдени на 22.02.2010 г. и влизат в сила от 01.03.2010 г.