

**ОБЩИ УСЛОВИЯ**  
**за излъчване на телевизионни търговски съобщения от**  
**БТВ Медиа Груп ЕАД**

**GENERAL SALES RULES**  
**for broadcasting TV commercial communications by**  
**BTV Media Group EAD**

**I. Общи принципи и предмет**

**I. General principles and subject**

**Чл. 1.** (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на телевизионни търговски съобщения в програмите bTV, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Action, bTV Lady, RING и други програми, в случай че бъдат създадени впоследствие, които са собственост на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, както и в програмите, собственост на трети лица, в които „БТВ Медиа Груп“ ЕАД има право да продава програмно време за излъчване на телевизионни търговски съобщения, наричани по-долу общо „програми“ и поотделно „програма“.

(2) Общите условия са задължителни за „БТВ Медиа Груп“ ЕАД, наричано по-нататък за краткост „МЕДИЯТА“ и нейните клиенти, в това число рекламодателите, рекламните и медия агенции (последните според контекста наричани по-нататък за краткост „агенция/и“ или „рекламна/и агенция/и“). Клиентите на МЕДИЯТА удостоверяват съгласието си с Общите условия с подписа си под индивидуален писмен договор или с възлагането за излъчване на телевизионно търговско съобщение.

**Чл. 2.** (1) Телевизионните търговски съобщения се излъчват по възлагане на рекламодател срещу заплащане на възнаграждение, определено съобразно действащите Тарифи на програмите, както и според уговорките на индивидуалния договор.

(2) Телевизионните търговски съобщения следва да представят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на рекламодателя 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) В случай че бъдат рекламирани заедно повече от една марка, услуга или продукт на различни рекламодатели, се заплаща завишението по чл. 25, т. 6.

**Чл. 3.** (1) Оперативното обслужване, както и позиционирането на договорените телевизионни търговски съобщения, се осъществява от отдел „Продажби“ на МЕДИЯТА. Плащанията за излъчването на телевизионни търговски съобщения се извършва по банковата сметка МЕДИЯТА, посочена в договора.

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

(3) В случай че страни по индивидуалния договор са рекламодател и рекламна агенция и/или медия агенция,

**Art. 1.** (1) The present General Sales Rules regulate the broadcast of TV commercial communications on the channels bTV, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Action, bTV Lady, RING and any other channels in case such are launched in future, owned by BTV Media Group EAD, as well as on the channels, owed by third parties, for which BTV Media Group EAD has been granted rights to sell program time for broadcasting TV commercial communications, hereinafter collectively referred to as “channels” and individually referred to as “channel”.

(2) These General Sales Rules are obligatory for BTV Media Group EAD, hereinafter referred to as “the MEDIA” and its clients, including advertisers, advertising and media agencies (the latter two referred to according to the context “agency/agencies” or “advertising agency/agencies”). The clients of the MEDIA confirm their consent and acceptance of the General Sales Rules by signing an individual written contract or by assigning the broadcast of a TV commercial communication.

**Art. 2.** (1) The TV commercial communications shall be broadcasted upon assignment by an advertiser against payment according to the effective Rate cards of the channels and in compliance with the provisions set forth in the individual contract.

(2) The TV commercial communications should present goods and/or services and/or trademarks which are the sole property of the advertiser of the MEDIA, or such, for which the client has obtained rights of use as per an exclusive license agreement within the meaning of the Trademarks and Geographic Symbols Act under which no other person, including the owner of the mark(s), is entitled to use the licensed marks. The exclusive license agreement shall be considered effective evidence under this General Sales Rules if it has been duly entered into the State Registry with the Patent Office.

(3) In case more than one trademark, service or product of different advertisers are being jointly advertised, the price shall be increased as set forth under Art. 25, item 6.

**Art. 3.** (1) The operational processing as well as the positioning of the agreed-upon TV commercial communications shall be carried out by the MEDIA’s Sales Department. The payments for the broadcasting of TV commercial communications shall be made to the MEDIA’s bank account, set forth in the contract.

(2) In its relationships with the MEDIA, related to the planning, positioning and broadcasting of the commercial communications on the channels and to the payment thereof, each advertiser may use the intermediation of an advertising agency or a media agency.

(3) In case that advertiser and advertising agency and/or media agency are parties to the individual contract, the advertiser,

рекламодателят, рекламната агенция и медия агенцията са солидарно отговорни за плащанията, обезщетенията и неустойките, дължими по договора и настоящите Общи условия.

(4) МЕДИЯТА не дължи заплащане или възнаграждение на агенциите.

**Чл. 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 „Продажби“ на МЕДИЯТА писмен документ (възлагателно писмо), подписан от агенцията и клиента за всеки отделен клиент, чрез който се възлага осъществяването на рекламна дейност и провеждането на рекламни кампании в телевизионната програма от името на съответното лице-клиент.

(2) В документа задължително са указани 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 „Продажби“ на МЕДИЯТА преди началото на съответната кампания, е неразделна част от настоящите Общи условия.

**Чл. 5.** (1) МЕДИЯТА продава рекламното си време на принципа на обвързаност на цената със сто процента гарантирани рейтинг точки за следните целеви групи: 18-49, W25-54, M18-49. Гарантирането на рейтинг точки е на база общ краен брой заявени платени и респективно гарантирани рейтинг точки на кампания за един и същ продукт, услуга или марка в програмите, в които е заявена реклама, при което те се компенсират взаимно.

(2) Компенсации за недостигнати рейтинг точки се правят в рамките на рекламната кампания на един и същ продукт, услуга или марка. Краят на кампанията се съобщава на МЕДИЯТА към момента на заявяването ѝ, в случай че е подадена на части и когато излиза извън календарен месец. В случай на недоставени рейтинг точки (по смисъла на чл. 5, ал. 1 по-горе) след края на кампанията:

1. клиентът ще бъде компенсират за програмите, в които не са били доставени съответните рейтинг точки по реда на чл. 5, ал. 1;

2. прехвърлянето на недоставени рейтинг точки за друга кампания или клип на същия клиент е възможно, когато до края на годината не се предвижда реклама на продукта, услугата или марката чрез използване на същия клип, подлежащ на компенсиране. Компенсаторните излъчвания се позиционират от МЕДИЯТА.

(3) В случай че програмите доставят повече актуални рейтинг точки от тези, които са гарантирани по тарифа, рекламодателят или агенцията не заплащат за допълнително акумулираните рейтинг точки.

(4) МЕДИЯТА предлага на клиентите си и пакети на принципа Total Rotation (“Пълно завъртане”), при които не се гарантират рейтинг точки.

(5) МЕДИЯТА предлага на клиентите си излъчване на различни форми на търговски съобщения: рекламни клипове (спотове), спонсорски заставки, телевизионен пазар и

the advertising agency and the media agency shall be jointly responsible for the payments, the compensations and the penalties due under the contract and these General Sales Rules.

(4) The MEDIA shall owe no payment or remuneration to the agencies.

**Art. 4.** (1) Advertising or media agency that has concluded an agreement with the MEDIA under which one or more than one client of the agency shall be serviced, has to submit to the MEDIA's Sales Department a written document (authorization letter), signed by the agency and the client - for each individual client, certifying that the agency has been assigned to carry out advertising activity and to conduct advertising campaigns on the channels on behalf of the respective client.

(2) In the document should be specified the trademarks and products, subject of advertising and the period of the respective campaigns. A template of the authorization letter which has to be presented by the agency to the MEDIA's Sales Department before the beginning of the respective campaign is inseparable part of the present General Sales Rules.

**Art. 5.** (1) The MEDIA sells its advertising time according to the principle of binding the price to a hundred percent guaranteed rating points for the following target groups: 18-49, W25-54, M18-49. The guarantee of rating points is based on the total final number of the rating points which have been ordered and paid and respectively guaranteed rating points of an advertising campaign of one and the same product, service or trademark on the channels on which the advertisement has been ordered, whereas these shall be mutually compensated.

(2) Any deficiency in rating points shall be compensated within the advertising campaign of one and the same product, service or trademark. The end of the campaign shall be reported to the MEDIA at the time of its assignment, in case it is submitted in parts and when expended beyond a calendar month. If any rating points remain undelivered (within the meaning of art. 5, para. 1 above) after the end of the campaign:

1. The client shall be compensated for the channels on which the respective rating points have not been delivered under the procedure of art. 5, para. 1;

2. Undelivered rating points shall be possibly transferred to a different campaign or a spot of the same advertiser only when until the end of the year no other advertisement of the product, service or trademark is planned through the use of the same spot which is to be compensated. The compensation broadcasts are positioned by the MEDIA.

(3) If the channels provide more actual rating points than those guaranteed in the current Rate card, the advertiser or the agency shall not pay the extra accumulated rating points.

(4) The MEDIA also offers to its clients packages based on the principle of “Total Rotation”, wherein rating points are not guaranteed.

(5) The MEDIA offers to its clients broadcasting of various forms of commercial communications: advertising spots (spots), sponsorship tags, teleshopping and product placement as well as

позициониране на продукти, както и изработването и/или излъчването на платени репортажи.

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

(7) Като част от обслужването на своите клиенти отдел "Продажби" на МЕДИЯТА издава сертификати, удостоверяващи излъчванията от всяка отделна кампания в програмите на МЕДИЯТА, в два оригинални екземпляра – по един за всяка страна, до края на месеца, следващ месеца, в който е било последното излъчване от кампанията. Оригинален сертификат за рекламодателя се изпраща с писмо с обратна разписка или по електронен път, съгласно описаното в чл. 15 по-долу до лице-представител на рекламодателя или агенцията, което депозира заявките в отдел „Продажби“.

(8) За извършените услуги, МЕДИЯТА издава предвидените в закона данъчни документи до 30-то число на месеца за предоставените през месеца услуги.

Тези документи се изпращат до рекламодателя или агенцията по начина, описан по-долу:

1. по реда на чл. 15 от настоящите Общи условия;
2. чрез системата e-invoice ([www.e-invoice.bg](http://www.e-invoice.bg)) до лицата за контакт по чл. 15 от настоящите Общи условия.

**Чл. 6.** МЕДИЯТА предлага време за излъчване на търговски съобщения във всички предавания от програмите си, с изключение на тези, в които излъчването на телевизионни търговски съобщения е забранено.

## **II. Изисквания към съдържанието на търговските съобщения. Възлагане и гаранции**

**Чл. 7.** (1) Рекламодателят и агенцията гарантират, че търговските съобщения, които заявяват за излъчване:

1. 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 приложимо законодателство;

2. са изработени в съответствие с "Критериите за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата", разработени и приети от Съвета за електронни медии и Държавна агенция за закрила на детето;

3. са изработени в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация";

4. са изработени в съответствие с Единен стандарт за регулация нивата на звука в рекламата, приет с подписването на Общо споразумение за регулирането на звука на рекламите от 06.02.2013 г., между Сдружение "Асоциация на българските радио и телевизионни оператори-АБРО", Сдружение "Българска асоциация на комуникационните агенции" и Сдружение "Българска асоциация на рекламодателите".

the elaboration and/or broadcasting of paid reports.

(6) The MEDIA has a flexible policy regarding the using of other advertising forms when their broadcasting is not in conflict with the law, good practice and the content of the respective program.

(7) As part of the services provided to its clients, the MEDIA's Sales Department issues certificates attesting the broadcasting of each separate campaign on the MEDIA's channels. The certificate is issued in two original copies - one for each party until the end of the month following the month of the last broadcasting of the campaign. The original of the certificate for the advertiser shall be sent via a post mail (courier) with a return receipt or via e-mail as described in art. 15 below to the person-representative of the advertiser or the agency, who submits the orders to the Sales Department.

(8) For the services provided MEDIA issues tax documents required by law, until the 30th day of the month, for the services provided during that month.

These documents shall be sent to the advertiser or the agency as follows:

1. under the procedure of art. 15 herein;
2. using the e-invoice system ([www.e-invoice.bg](http://www.e-invoice.bg)) to the contact persons under art. 15 herein.

**Art. 6.** The MEDIA offers advertising time for broadcasting of TV commercial communications in all programs on its channels, except where TV commercial communications' broadcasting is prohibited by law.

## **II. TV commercial communications' content requirements. Assignment and guarantees**

**Art. 7.** (1) The advertiser and the agency shall guarantee that the TV commercial communications ordered to be broadcasted:

1. Are produced in accordance with the Radio and Television Act, the Copyright and Related Rights Act, the Trademarks and Geographic Symbols Act, the Competition Protection Act, the Consumer Protection Act, the Health Act and the other applicable legislation;

2. Are produced in accordance with the "Criteria for the assessment of content, which has adverse effect on or creates risk of causing harm to the physical, mental, moral and/or social development of children", developed by the Council for Electronic Media and the State Agency for Child Protection;

3. Are produced in accordance with the National ethics policy for advertising and commercial communication, developed by the National Council for Self-Regulation;

4. Are produced in accordance with the Unified standard on the regulation of the sound level in commercials, adopted by the executed General Agreement on the regulation of the sound level in commercials as of 06.02.2013, between the Association of Bulgarian broadcasters – ABBRO, the Bulgarian Association of Communications Agencies and the Bulgarian Association of Advertisers.

(2) Рекламодалателят и агенцията гарантират, че търговски съобщения за храни и напитки, съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по-специално съдържащи мазнини, трансмастни киселини, сол/натрий и захар, чиито прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен, в които като изпълнители участват деца, отговарят на всички приложими нормативни изисквания, приети етични правила за реклама и търговска комуникация и добри практики в бранша. Рекламодалателят и агенцията гарантират, че в търговски съобщения за генетично модифицирани храни, не участват деца.

(3) Рекламодалателят и агенцията гарантират, че с излъчването на предоставените от тях търговските 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. 8.** (1) Възлагането на излъчването на конкретно търговско съобщение се извършва от рекламодалателя и/или агенцията със заявка за излъчване, изпратена чрез електронна поща до отдел „Продажби“ на МЕДИЯТА. Заявката следва да бъде изпратена в срок най-късно до 2 (два) пълни работни дни преди датата на излъчване. Електронната размяна на изявления и документи се извършва съобразно предвиденото в чл. 15 по-долу.

(2) В случаите, когато заявката по ал. 1 предхожда подписване на индивидуален договор, страните се съгласяват, че до подписването на индивидуалния договор ще се прилага официалната Тарифа на МЕДИЯТА, валидна към момента на излъчването. С изпращането на заявката рекламодалателят и/или съответно агенцията декларират съгласието си с настоящите Общи условия.

(3) Рекламодалателят и агенцията гарантират пред МЕДИЯТА необезпокояваното излъчване на възложените търговски съобщения и с оглед на това поемат задължението, преди да възложат за излъчване в програмите конкретно търговско съобщение, да се уверят напълно, че рекламодалателят:

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

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 и имуществените, 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

(2) The advertiser and the agency shall guarantee that their TV commercial communications for foods and beverages, containing nutritional components and substances with nutritional or physiological effect, especially those containing fats, trans-fat acids, salt/sodium and sugar, the excessive consumption of which is not recommended, in which children are featured, are in compliance with all applicable legal requirements and the accepted ethical rules for advertisement and commercial communication and good practices. The advertiser and the agency guarantee that in their TV commercial communications for genetically modified foodstuffs do not feature children.

(3) The advertiser and the agency shall guarantee that the broadcasting of the submitted TV commercial communications on the channels does not violate third parties' rights and if any such claims arise, they shall fully compensate them at their own expense.

**Art. 8.** (1) The advertiser and/or the agency shall assign the broadcasting of a specific TV commercial communication by sending a broadcast order to the email address of the MEDIA's Sales Department. The order shall be sent not later than 2 (two) full business days before the broadcasting date. The electronic exchange of statements and documents shall be carried out according to the stipulations of art. 15 below.

(2) In the cases when the order under para. 1 precedes the signing of an individual contract, the parties agree that until the individual contract is signed, the official Rate card of the MEDIA valid at the time of broadcasting shall apply. By sending the order, the advertiser and/or the agency declare their acceptance of these General Sales Rules.

(3) The advertiser and the agency guarantee to the MEDIA the undisturbed broadcasting of the assigned TV commercial communications and for this purpose they undertake the obligation before ordering the broadcast of a particular TV commercial communication on the channels to make sure that the advertiser:

1. has legal, contracted or granted in any other legal way right to advertise the product, service or trademark whose TV commercial communications it orders for broadcasting;

2. has legal, contracted or granted in any other legal way right to use for TV broadcasting the graphic or verbal trademarks, advertising slogans and messages, musical, literary or other copyright protected works, incorporated in the TV commercial communications, as well as the images of the people advertising the product;

3. has fully settled its relations, including those concerning the usage and proprietary rights, with the authors of the commercial communications provided for TV broadcasting as well as with all other holders of copyright or related rights whose works and performances are included in the materials as per the stipulations of the Copyright and Related Rights Act and all other applicable Bulgarian laws;

4. has received from the right-holders mentioned in the previous point or from the authorized organizations for collective

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 в електронни съобщителни 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) Рекламодалателят и обслужващата го агенция, солидарно поемат за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от горните гаранции по чл. 7 и 8 към МЕДИЯТА бъдат предявени каквито и да било претенции.

(5) Когато договърът е сключен само с рекламна или медия агенция за повече от един неин клиент, гаранциите и задълженията към МЕДИЯТА по чл. 7 и 8 се поемат от нея самостоятелно по отношение съдържанието на търговските съобщения, предоставени от клиентите ѝ чрез нея за излъчване в програмите.

**Чл. 9.** (1) 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, рекламодалателят и обслужващата го агенция, солидарно поемат за своя сметка заплащането на имуществената санкция.

(2) МЕДИЯТА уведомява своевременно рекламодалателя и агенцията за започването на административно-наказателна процедура – по електронна поща с електронно изявление, съгласно описаното в чл. 15 по-долу - още при получаването на акт за установяване на административно нарушение.

(3) Рекламодалателят и агенцията имат право да се включат чрез свой процесуален представител в административно-наказателното и съдебното производство по съответния акт на регулатора. Процесуалният представител, упълномощен от МЕДИЯТА, защитава интересите на рекламодалателя и агенцията в хода на административно-наказателното 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 МЕДИЯТА.

(4) Когато договърът е сключен само с рекламна или медия агенция за повече от един неин клиент, както е в случая по чл. 8, ал. 5, по отношение на агенцията се прилага настоящият чл. 9, включително агенцията носи отговорност за заплащане на наложена на МЕДИЯТА имуществена санкция и има правата да се включи в административно-наказателното и съдебното производство по ал. 2 и 3 на този член.

management of copyright all necessary permissions for using the objects of the copyright or related rights created by them for broadcasting on the channels for all means of their broadcasting, transmission and retransmission including in third parties` electronic communication networks, and that it has paid in advance for this broadcasting in the respective MEDIA`s channel;

5. has taken care, as a good trader, for the TV commercial communications submitted for broadcasting to be made in accordance with the regulations of the Radio and Television Act, the Copyright and Related Rights Act, the Protection of Consumers and Trade Rules Act, the Trademarks and Geographical Symbols Act, the Competition Protection Act, the Health Act and all other applicable laws in Bulgaria.

(4) The advertiser and its serving agency, jointly accept the full responsibility at its own expense if any claims are laid against the MEDIA due to the violation of any of the guarantees mentioned in art. 7 and 8.

(5) If the contract is concluded only with an advertising or media agency for one or more than one of its clients, the advertising or media agency solely undertakes the guarantees and the obligations under art. 7 and 8 regarding the content of the commercial communications presented by its clients through the use of the agency for broadcasting on the channels.

**Art. 9.** (1) In case the broadcasting of a TV commercial communication is considered by the regulating authority to be violating the effective legislation and this authority impose administratively punitive sanctions to the MEDIA, the advertiser and the agency jointly cover the sanction at their own expense.

(2) The MEDIA notifies the advertiser and the agency about the beginning of an administratively punitive procedure in due time by sending an e-mail statement according to the stipulations of art. 15 below - upon receipt of the authority`s statement of establishment of the administrative violation.

(3) The advertiser and the agency have the right to assign their own court representative to defend their rights in the administrative punitive procedure and in the legal proceedings against the respective authority`s statement. The court representative, authorized by the MEDIA, defends the interests of the advertiser and the agency in the course of the administrative punitive procedure and the legal proceedings. If they choose not to assign a representative, they shall have no right to claim that their interests were not properly defended by the MEDIA`s representative.

(4) When the contract is concluded only with an advertising or media agency for one or more than one of its clients, as in the case of art. 8, para. 5, in regard to the agency the present art. 9 shall apply and the agency is responsible for paying any pecuniary penalty imposed on the MEDIA and shall have the right to join the administrative punitive procedure and the legal proceedings as per para. 2 and 3 of this article.

### III. Позициониране и излъчване

**Чл. 10.** (1) Търговските съобщения се излъчват от МЕДИЯТА по предварително одобрена от страните остойностена „Схема на излъчване“, която определя часовите пояси, продължителността, последователността, броя и други условия на излъчване.

(2) Схемите за излъчване в МЕДИЯТА трябва да бъдат изготвени писмено в типов формуляр, предоставен от МЕДИЯТА и да бъдат изпратени до отдел „Продажби“ на МЕДИЯТА от рекламодателя или агенцията по електронна поща като електронни документи, съгласно описаното в чл. 15 по-долу. Попълването на всички графи от формуляра е задължително. МЕДИЯТА предоставя формуляри за текущия и следващия месец. Във формуляра следва да се запише конкретното наименование на търговското съобщение, което се излъчва по изпратената схема за излъчване. Същото наименование трябва да се посочи и във формуляра по чл. 19.

(3) Всяко искане за промяна в Схемата за излъчване трябва да бъде направено писмено най-малко 7 (седем) пълни работни дни преди самото излъчване, в противен случай се прилага надценката за експресна отмяна на спотове съгласно чл. 25, т. 7. Работният ден е от 9 до 18 часа.

(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 рекламодателя или агенцията.

**Чл. 11.** Отмяната на излъчвания от потвърдените заявки от страна на рекламодателя или агенцията става без утежнение в заплащането по смисъла на чл. 25, ако е направено с писмено предизвестие от най-малко 7 (седем) пълни работни дни преди отмененото излъчване.

**Чл. 12.** (1) Отдел „Продажби“ 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 търговските съобщения и период на кампанията към рекламодателя или агенцията по електронна поща като електронен документ съгласно описаното в чл. 15 по-долу.

(2) В случай че МЕДИЯТА няма възможност да реализира заявката, така както е направена от рекламодателя или агенцията, отдел „Продажби“ 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.

(3) МЕДИЯТА има право да откаже позиционирането на търговско съобщение по своя преценка или в определено предаване, в случай че няма свободно място. МЕДИЯТА съгласува преместването на телевизионни търговски съобщения в друго предаване с рекламодателя или агенцията по реда, уговорен в ал. 2.

### III. Positioning and broadcasting

**Art. 10.** (1) The TV commercial communication are broadcasted by the MEDIA as per an evaluated “Broadcasting Scheme” preliminary approved by the parties, which defines the time zones, duration, order, number and other broadcasting conditions.

(2) The Broadcasting Schemes on the channels have to be prepared in writing in a template given by the MEDIA and sent by the advertiser or the agency to the MEDIA’s Sales Department by e-mail as electronic documents according to the stipulations of art. 15 below. Filling in all the required information in the template is obligatory. The MEDIA grants templates for the current and the next month. The concrete name of the TV commercial communication which shall be aired according to the Broadcasting scheme must be specified in the template. The same name must be specified also in the template described in art. 19.

(3) Every request for change in the Broadcasting scheme has to be made in writing at least 7 (seven) full business days before the broadcasting date. Otherwise, the surcharge for urgent cancellation of spots stipulated in art. 25, item 7 shall apply. The business day is from 09:00 am till 06:00 pm.

(4) The MEDIA is entitled to change the Broadcasting scheme at any time, if this is due to changes in the programming schedule and the changes shall be coordinated with the advertiser or the agency.

**Art. 11.** The advertiser or the agency has the right to cancel the broadcasting of already confirmed orders without any surcharge according to art. 25, if the cancellation is done with a written notice at least 7 (seven) full working days prior to the date of the cancelled broadcasting.

**Art. 12.** (1) MEDIA’s Sales Department positions the campaign in the programming schedule of the respective channel, then it confirms to the advertiser or the agency by email as electronic document according to the stipulations of art.15 below the order with described programs, prices and discounts, names and duration of the commercial communications and period of the campaign.

(2) If the MEDIA is unable to perform the order as it has been placed by the advertiser or the agency, the Sales Department sends them its proposal, requesting approval within 1 (one) business day after its receipt. The lack of a written response within this term is considered a silent approval and consent with the MEDIA’s proposal.

(3) MEDIA has the right to decline the positioning of a commercial communication by its discretion or in a certain program, if its commercial breaks have been already booked. MEDIA coordinates the positioning of the TV commercial communication into another program with the advertiser or the agency as stipulated in para. 2 above.

**Чл. 13.** (1) МЕДИЯТА продава рекламното време спрямо 5 часови пояса:

Дневен пояс – 06:00 – 16:00  
Следобеден пояс – 16:00 – 19:00  
Прайм Тайм – 19:00 – 00:00  
Късен пояс – 00:00 – 02:00  
Нощен пояс – 02:00 – 06:00

(2) Рекламните блокове, които се асоциират с дадено предаване, са този преди самото предаване и всички, които го прекъсват. Ако началото или края на дадено предаване са на границата между два часови пояса, всички рекламни блокове асоциирани с даденото предаване се считат за излъчени в часовия пояс на предаването, към което се числи то. (Пример – рекламният блок преди Централна емисия Новини в 19:00 се счита за блок, излъчен в Прайм Тайм.)

**Чл. 14.** МЕДИЯТА стартира излъчването на телевизионни търговски съобщения съгласно потвърдените схеми след авансовото депозирането на необходимите документи, посочени в настоящите Общи условия.

**Чл. 15.** (1) 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 лице за контакт на някоя от страните, то писмото 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) Електронното изявление се счита за получено с постъпването му в посочената от адресата информационна система (e-mail за кореспонденция).

(4) Потвърждаване на получаването на електронно изявление не е необходимо, за да се смята, че е получено от адресата, освен ако страните са уговорили изрично друго.

(5) Страните се съгласяват, че в случаите на изпращане на електронна фактура чрез системата e-invoice, ако фактурата не бъде отворена (приета) от клиента – рекламодателя или агенцията в рамките на 5 дни от получаване на съобщението за зареждането ѝ в системата e-invoice, то фактурата се счита за получена с изтичането на този срок.

(6) Относно времето на получаване на електронното изявление и мястото на получаване и изпращане на електронното изявление се прилагат разпоредбите на ЗЕДЕП.

**Чл. 16.** (1) Когато МЕДИЯТА прецени, че съдържанието на предоставено за излъчване телевизионно търговско съобщение противоречи на разпоредбите на ЗРТ или други

**Art. 13.** (1) The MEDIA sells its advertising time according to 5 (five) time zones, as follows:

Day Time: 06:00 – 16:00  
Prime Access: 16:00 – 19:00  
Prime Time: 19:00 – 00:00  
Late Fringe: 00:00 – 02:00  
Night Time: 02:00 – 06:00

(2) The commercial breaks associated with a certain program are the ones preceding the program and all that are interrupting it. In case the beginning / end of a program is on the verge of any of the time zones, all associated breaks to the program are considered as aired in the time zone of the program. (Example – the break before Central News is considered as aired in Prime Time.)

**Art. 14.** MEDIA commences the broadcasting of the TV commercial communications as per the confirmed schemes after the necessary documents stated in the present General Sales Rules have been deposited.

**Art. 15.** (1) Upon signature of an individual contract the parties shall specify contact persons and obligatory shall state e-mail for correspondence. The parties agree that all actions on receiving, sending and storing of the Broadcasting schemes and any correspondence related to them shall be done only by e-mail as electronic documents within their meaning of the Electronic Document and Electronic Signature Act (EDESA), via the e-mails specified in the individual contract. The parties agree that if a statement/e-mail has been sent by the e-mail of a party's contact person, the message shall be considered a valid statement of the party.

(2) Sending and receiving electronic statements via e-mails that are not specified by the parties shall be considered invalid.

(3) The electronic statement shall be considered received upon its reception into the addressee-specified information system (e-mail for correspondence).

(4) Confirmation for the receipt of the electronic statement shall not be required for it to be considered received by the addressee, unless otherwise agreed-upon expressly by the parties.

(5) The parties hereby agree that, in case an electronic invoice has been submitted through the e-invoice system and the invoice has not been opened (accepted) by the client – advertiser or the agency within 5 days after receiving the message on its upload in the e-invoice system, then the invoice shall be considered received upon the expiration of said term.

(6) Regarding the time for the receipt of the electronic statement and the place of receipt and sending of the electronic statement, the provisions of the EDESA shall apply.

**Art. 16.** (1) When the MEDIA finds the content of a certain TV commercial communication conflicting with the stipulations of the Radio and Television Act or other applicable norms of the effective

приложими норми на действащото законодателство или публично известната регулаторна практика, МЕДИЯТА има право да не стартира излъчването му, независимо от потвърдената Схема на излъчване, като уведомява незабавно рекламодателя или агенцията. Страните разглеждат и обсъждат всички доводи и преценяват заедно риска от излъчване.

(2) Телевизионните търговски съобщения, чието съдържание МЕДИЯТА преценява за такова, което може да се сметне за насочено към увреждане на физическото, умственото и моралното развитие на малолетни и непълнолетни, включително съобразно критериите по чл. 7, ал. 1, т. 2 от Общите условия, 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) 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 ЗЗ и не излъчва телевизионни търговски съобщения, за които прецени, че представляват пряка реклама на спиртни напитки по смисъла на ЗЗ.

(4) Преценката на МЕДИЯТА във връзка с горните текстове се формира съобразно нормите на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика и Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация".

(5) Спонсорски заставки, чието съдържание не отговаря на законите изисквания или публично известната регулаторна практика, следва да бъдат преработени или заменени от рекламодателя.

(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, рекламодателят, 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 рекламодателя. Ако рекламодателят 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 рекламодателят дължи заплащането на реално излъченото по МЕДИЯТА за съответното търговско съобщение.

(7) За обстоятелствата по предходните алинеи МЕДИЯТА уведомява рекламодателя или агенцията своевременно.

(8) В случаите, упоменати в настоящия член, МЕДИЯТА не носи отговорност за евентуални последващи неблагоприятни последици за рекламодателя и/или агенцията като например допълнителни разходи за преработване на клипове и заставки и/или закъснение на кампания и др.

legislation or with the publicly known regulatory practice, it shall be entitled not to start its broadcasting regardless of the confirmed Broadcasting scheme, and it shall immediately inform the advertiser or the agency. The parties discuss all the arguments and assess together the risk from the broadcasting.

(2) TV commercial communications which content in the MEDIA` judgment can be considered harmful to the physical, mental and moral development of minors and juveniles including according to the criteria pursuant to art. 7, par. 1, item 2 of General Sales Rules, can be positioned only between 11:00 p.m. and 6:00 a.m. The advertiser or the agency have no right to demand the rescheduling of such TV commercial communications to a different time zone but they can cancel their broadcasting in due time.

(3) The MEDIA positions the TV commercial communications of alcoholic drinks only between 10:00 p.m. and 6 a.m., if in its judgment their content represents indirect advertising of alcoholic drinks within the meaning of the Health Act, and it does not broadcast TV commercial communications which in its judgment represent direct advertising of alcoholic drinks within the meaning of the Health Act.

(4) The MEDIA's judgment as per the above mentioned texts shall be formed according to the norms of the effective legislation, the publicly known regulatory practice as well as to the National ethics standard for advertising and commercial communication, developed by the National Council for Self-Regulation.

(5) Sponsorship tags which content does not correspond to the requirements of the legislation or the publicly known regulatory practice shall be edited or replaced by the advertiser.

(6) If the National Council for Self-regulation judges that the broadcasting of a TV commercial communication violates the National ethical standards for advertising and commercial communication in Republic of Bulgaria and/or it advises the media service providers to stop the broadcasting or to change the content of the TV commercial communication, the advertiser solely or through its serving agency is obliged to change the TV commercial communication as advised by the National Council for Self-Regulation at its own expense. If the advertiser refuses to change the TV commercial communication pursuant to the decision of the National Council for Self-Regulation, the MEDIA is entitled to stop the broadcasting of the TV commercial communication, which shall not be considered violation of the contract and the advertiser owes payment of the performed broadcasting by the MEDIA of the respective TV commercial communication until its stop.

(7) The MEDIA notifies in due time the advertiser or the agency about the circumstances under the above-mentioned paragraphs.

(8) In the cases stated in the present article the MEDIA does not bear any responsibility for eventual unfavorable circumstances and consequences for the advertiser and/or the agency such as additional expenses for editing spots and tags and/or delay of a campaign, etc.



**Чл. 17.** (1) МЕДИЯТА се задължава да излъчи всички потвърдени от нея 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, ЗАПСП, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ или друго приложимо законодателство и/или решение или 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 да не започне излъчването на търговски съобщения поради противоречие с нейни вътрешни правила и процедури, програмни причини и др.

(2) По смисъла на настоящите Общи условия "форсмажорни обстоятелства" са: обявени режим "военно положение", режим "положение война" 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 извън контрола на МЕДИЯТА, повреди в електрозахранването, влезли в сила актове на държавни органи, спазване на правни норми или лицензионни условия, изпълнение на отговорността за информиране на обществеността, както и друго непредвидено и/или непредотвратимо събитие или събитие/причина извън контрола на МЕДИЯТА.

(3) МЕДИЯТА 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 одобрените от страните в договора Схеми на излъчване, МЕДИЯТА компенсира рекламодателя в програмите със същия брой излъчвания в размер и позициониране, равностойни на пропуснатите, които ще бъдат предварително съгласувани с рекламодателя или агенцията.

(2) Неизлъчване на няколко търговски съобщения или пропуск да започне навреме кампания не се считат за частично или цялостно изпълнение на индивидуалния договор от страна на МЕДИЯТА.

#### **IV. Предоставяне на рекламни материали/търговски съобщения и документи**

**Чл. 19.** (1) Рекламните материали се предоставят на МЕДИЯТА от рекламодателя или агенцията с качество, което е подходящо за телевизионно излъчване, най-късно два пълни работни дни преди датата на излъчване. Агенцията, респективно рекламодателят, следва да изпрати придружително писмо до съответния специалист Продажби, което да съдържа като минимум следната информация:

**Art. 17.** (1) The MEDIA undertakes to broadcast all confirmed by it TV commercial communications as per the approved Broadcasting scheme unless:

1. force majeure circumstances occur;
2. it is properly established that the broadcasting of the TV commercial communications infringes the Radio and Television Act, the Copyright and Related Rights Act, the Consumers Protection Act, the Trademarks and Geographical Symbols Act, the Competition Protection Act, the Health Act or other applicable laws and/or decision or order of the National Council for Self-Regulation. In this case the broadcasting of TV commercial communications may be stopped without any unfavorable consequences for the MEDIA until the legal procedures are completed;

3. The MEDIA by its estimation considers appropriate not to start the broadcasting of TV commercial communications due to conflict with MEDIA's internal policies and regulations, program arguments, etc.

(2) Within the meaning of the present General Sales Rules "force majeure circumstances" are war or military regime or other states of emergency as well as non-military crises like civil riots, raw materials shortage, calamities, bad meteorological conditions, technical breakdowns of broadcasting which are beyond the MEDIA's control, electric power breakdowns, effective legal acts of State Institutions, observance of legal norms or license conditions, performance of the responsibility for informing the public as well as any other unforeseen and/or unavoidable event or event/reason beyond the MEDIA's control.

(3) The MEDIA is obliged to provide an adequate technical quality of broadcasting but cannot guarantee the quality of receiving.

**Art. 18.** (1) In case of omissions in the broadcasting of TV commercial communications according to the Broadcasting schemes approved by the parties to the contract, the MEDIA shall compensate the advertiser on the channels with the same number of broadcasts with duration and positioning equivalent to the omitted ones. The compensation broadcasts shall be coordinated with the advertiser or the agency in advance.

(2) Omission of the broadcast of several TV commercial communications or not starting the campaign on time shall not be considered as partial or full non-performance of the individual contract by the MEDIA.

#### **IV. Submission of advertising materials/TV commercial communications and documents**

**Art. 19.** (1) The advertiser or the agency shall submit the advertising materials to the MEDIA in a quality suitable for TV broadcasting at least 2 (two) full business days prior to the broadcasting date. The agency, respectively the advertiser has to send an application letter to its Sales executive representative which contains at least the following information: server and name of the file/s, described

съвърър, име на файла/-овете, оформено според as per the specification – File Naming structure according to para. спецификацията - File Naming Structure, съгласно ал. 2 на 2 below. същия член.

(2) Технически изисквания

(2) Technical requirements:

	Спецификации на файловете / File specifications	
	SD	HD
<b>File Format</b>	XDCAM SD (IMX-D10)	XDCAM HD 4:2:2 (MPEG HD422)
<b>Video coding</b>	MPEG-2 422P@ML	MPEG-2 422P@HL
<b>Video Bit Depth</b>	8	8
<b>Video Bit Rate</b>	30 CBR	50 CBR
<b>Chroma Sampling</b>	04:02:02	04:02:02
<b>Frame Size</b>	720x576	1920x1080
<b>Starting time code of the file</b>	00:00:00:00	00:00:00:00
<b>Frame Rate</b>	25i	50i
<b>Aspect</b>	16x9 FHA - 4x3 Safe Area, or optionally 4x3	16x9 - 4x3 Safe Area
<b>PAL or NTSC</b>	PAL	PAL
<b>Video standard</b>	ITU BT601-5 (50 Hz)	ITU BT.709-5 (50 Hz)
<b>Audio Levels</b>	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
<b>Audio Coding</b>	PCM 8 ch/16 bit/48 kHz	PCM 8 ch/24 bit/48 kHz,
<b>File Containers</b>	MXF	MXF
<b>File Naming Structure</b>	Client-Copy Name*-duration	
	* където Copy Name съвпада с подаденото или това, което предстои да бъде подадено в бланката за заявки.	* where Copy Name is identical with the one submitted or shall be submitted in the order form.
	Пример: BaloonFactory-WinterLaunchCampaign-30s	Example: BaloonFactory-WinterLaunchCampaign-30s

(3) В случай на замяна на рекламен материал, следва да бъде заявено писмено към съответния специалист Продажби:

1. Име на материала за замяна;
2. Времетраене;
3. Период на излъчване на заменящия рекламен материал.

(4) При промяна на рекламен материал агенцията/рекламодателят следва да изискват потвърждение от МЕДИЯТА. При липсата на такова, МЕДИЯТА не носи отговорност за допуснати грешки.

(5) МЕДИЯТА не носи отговорност за допуснати неточности при излъчване на търговски съобщения, в случай че посочените във формулярите (по чл. 10, ал. 2 и по чл. 19, ал. 1, 2, 3) наименования са неточни и/или не съвпадат и/или е налице дублиране на наименования с предходни заявки, или изобщо липсва посочено наименование на рекламния материал, или в други подобни случаи.

**Чл. 20.** (1) Сроковете за подаване на необходимите документи за програмите са както следва:

(3) In case an advertising material is substituted, this should be declared in writing to the respective Sales executive representative or the order template form has to be filled with:

1. Name of the material to be substituted;
2. Duration;
3. Broadcasting period of the substituting advertising material.

(4) The agency/advertiser has to require a confirmation by the MEDIA in case of change of an advertising material. If such confirmation is missing, the MEDIA cannot be held responsible for eventual mistakes.

(5) The MEDIA shall not be responsible for any mistakes in the commercial communications' broadcasting, if the order template forms (under art. 10, para. 2 and art. 19, para. 1, 2 and 3) contain names that are incorrect and/or not matching and/or there is a repetition of names with previous schemes or the name of the advertising material is missing or in other similar cases.

**Art. 20.** (1) Terms for submitting the necessary documents are as follows:

Описание на документ/ Document description	Краен срок за внасяне в отдел „Продажби“ на МЕДИЯТА/ Delivery deadline to Sales Department of the MEDIA
Възлагателно писмо / Authorization letter	2 пълни работни дни преди датата на първото излъчване от дадена кампания
Възлагателно писмо за съвместна реклама / Co-advertising authorization letter	

Споразумение за излъчване на търговски съобщения / Agreement for broadcasting commercial communications	2 full working days before the first airing date for the respective campaign
Заявка/отмяна на заявка за търговски съобщения / Commercial communications order/ cancellation of order	

(2) При неписьмено сключване на споразуменията по ал. 1, в случай на разлика от повече от три дни от датата на изпращане и датата на получаване на споразумението от отдел „Продажби“, 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.

(3) Всички формуляри за документи по ал. 1 се изготвят от МЕДИЯТА и се публикуват на уебсайта: <http://www.btv.bg/reklama/>.

#### V. Цени

**Чл. 21.** (1) МЕДИЯТА определя брутни цени за рейтинг точка в програма bTV по часови пояси по месеци за цялата година. Цените ще бъдат прилагани към гарантираните рейтинг точки за всяко едно предаване от тарифата за съответния месец. Тарифата ще бъде публикувана най-късно една седмица преди началото на месеца.

(2) МЕДИЯТА определя брутни цени за рейтинг точка в тематичните канали по месеци за цялата година. Цените ще бъдат прилагани към средно дневните рейтинг точки за всяка от програмите в тарифата за съответния месец. Тарифата ще бъде публикувана най-късно една седмица преди началото на месеца.

(3) Цените за излъчване на търговски съобщения в програмите, собственост на трети лица, в които МЕДИЯТА има право да продава програмно време, се определят в действащата Тарифа за излъчване на търговски съобщения в съответната програма.

(4) Към действащата Тарифа на програма bTV, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Action, bTV Lady и RING, МЕДИЯТА определя скала за изчисляване на цените на излъчвания, които са кратни на 5. Скалата е еднаква за всяка от телевизионните програми. Материали с междинни дължини (минимум 3 секунди) се закръгляват, както следва: завършващите на 1, 2, 6 и 7 – към по ниската, а на 3, 4, 8 и 9 – към по-високата стойност.

(5) МЕДИЯТА има право да определя и начислява надценка към цената за определени от МЕДИЯТА предавания от нейните програми. Предаванията и конкретният размер на надценката се посочват в действащата Тарифа за излъчване на търговски съобщения в програма bTV, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Action, bTV Lady и RING.

(6) МЕДИЯТА има право да определи нарочни цени за излъчване на търговски съобщения в спортните първенства, които се излъчват в една или повече от програмите на МЕДИЯТА. Цените се определят в нарочна Тарифа за излъчване на търговски съобщения в спортните първенства.

(7) Информацията, описана в алинеи 1-6 от настоящия член, се публикува на уеб-сайта на МЕДИЯТА.

(2) In case of in absentia conclusion of the agreements under art. 1 and in case of a difference of more than three days between the date of sending and the date of receiving of the agreement by the Sales Department of the MEDIA, the date of receiving it by the MEDIA marked on the return receipt with which it has been sent by the advertiser or the agency, shall be considered to be the conclusion date. If there is no return receipt, the date when the agreement has been filed in the MEDIA's documents flow register shall be taken into account.

(3) All templates for documents under para. 1 shall be prepared by the MEDIA and shall be published on the web site: <http://www.btv.bg/reklama/>.

#### V. Prices

**Art. 21.** (1) The MEDIA defines gross prices per rating point for the channel bTV per time zones per month for the whole year. The prices shall apply to the guaranteed rating points for each program in the Rate card for the respective month. The Rate card shall be published at least one week before the beginning of the respective month.

(2) The MEDIA defines gross prices per rating point for the thematic channels per month for the whole year. The prices shall apply to the average rating points per day for each channel in the Rate card for the respective month. The Rate card shall be published at least one week before the beginning of the respective month.

(3) The prices for broadcasting TV commercial communications on channels owed by third parties, for which the MEDIA has been granted rights to sell program time, are defined in the effective Rate card for broadcasting TV commercial communications on the respective channel.

(4) To the effective Rate card of channel bTV, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Action, bTV Lady and RING, the MEDIA defines a scale for calculating the prices of the spots which length is divisible by 5. The scale is equal for each of the channels. The prices of spots with different lengths (minimum 3 seconds) are calculated as follows: the ones whose length ends in 1, 2, 6 and 7 shall be rounded to the lower price and the ones whose length ends in 3, 4, 8 and 9 shall be rounded to the higher price.

(5) The MEDIA is entitled to define and charge a surcharge to the price of particular programs on its channels. The programs and the specific amount of the surcharge shall be determined in the effective Rate card for broadcasting TV commercial communications on channels bTV, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Action, bTV Lady and RING.

(6) The MEDIA is entitled to define explicit prices for broadcasting TV commercial communications in sports championships which are being broadcasted on one or more channels of the MEDIA. The prices shall be determined in a specific Rate card for broadcasting TV commercial communications in sports championships.

(7) The prices under para. 1 to 6 of this article shall be published on the MEDIA's web site.

(8) Всички клиенти на МЕДИЯТА имат право да получат отстъпки в съответствие с действащата Политика за продажба на ТВ реклама на МЕДИЯТА, които важат при подписване на индивидуален договор за излъчване на телевизионни търговски съобщения между МЕДИЯТА и рекламодател и/или агенция.

**Чл. 22.** (1) Тарифите по чл. 21 се считат за влезли в сила от момента на публикуването им на уеб-сайта на телевизията: <http://www.btv.bg/reklama/> („уеб-сайта“) и се прилагат от тази дата към всички клиенти - рекламодатели и агенции.

(2) Смяната на тарифа/тарифи се оповестява чрез публикуването на новата тарифа на уеб-сайта.

(3) От датата на публикуването от МЕДИЯТА на нова тарифа, тя става валидна за всички клиенти - рекламодатели и агенции. Схеми за излъчване, които са заявени преди датата на публикуване на нова тарифа, следва да бъдат преизчислени по новата тарифа, валидна за месеца на излъчване, като в този случай клиентите имат право да предоговорят своите Схеми за излъчване в срок от три работни дни след публикуването на тарифата, валидна за месеца на излъчване, без това да води до утежнения, съобразно чл. 25, т. 7 и 8.

**Чл. 23.** При промяна в официалния валутен курс на българския лев към еврото, отдел „Продажби“ преизчислява и коригира дължимите суми по заявени и частично или напълно излъчени Схеми на излъчване/заявки към съответните телевизионни програми съобразно новия курс, като размерът на така дължимите суми в български лева бъде равен на дължимата от клиента сума, деноминирана в евро в деня, предхождащ влизането в сила на промяната в официалния валутен курс, съответно преизчислена по новия курс лев/евро.

## VI. Интегрирани предложения

**Чл. 24.** (1) Екипът на отдел „Продажби“ на МЕДИЯТА 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, алтернативни форми на 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 др.

(3) Отделно, като част от спонсорски пакет или самостоятелно, МЕДИЯТА предлага възможности за сътрудничество като: лицензиране правата на марката на локални продукции с цел оформяне на специален продуктов пакет на рекламодателя и/или последващо разпространение на съдържанието на МЕДИЯТА с помощта на различни от телевизионните платформи, както и специално изготвени интернет кампании на интернет страниците на МЕДИЯТА.

(8) Discounts can be granted to all clients of the MEDIA in accordance with the effective TV Sales Policy of the MEDIA, and shall be valid upon signing of an individual contract for broadcasting TV commercial communications between the MEDIA and an advertiser and/or an agency.

**Art. 22.** (1) The Rate cards under art. 21 shall be considered effective as of their publication on the web site of the television: <http://www.btv.bg/reklama/> (“the web site”) and shall be applicable as of this date to all clients – advertisers and agencies.

(2) Change of Rate card/Rate cards shall be announced through publication of the new Rate card on the web site.

(3) As of the date a new Rate card has been published by the MEDIA, it becomes effective and valid for all clients – advertisers and agencies. The Broadcasting schemes that have been ordered before the date of the publication of the new Rate card shall be recalculated according to the new Rate card valid for the month of broadcasting. In this case the clients have the right to re-negotiate their broadcasting schemes within three business days after the publication of the Rate card and that shall not cause surcharges in accordance with art. 25, items 7 and 8.

**Art. 23.** In case of change of the official BGN/EUR exchange rate, the Sales Department recalculates and corrects the amounts due under the ordered and partially or fully broadcasted Broadcasting schemes/orders as per the new exchange rate. The amount owed in BGN will be equal to the amount owed by the client, denominated in EUR as of the day preceding the change in the official exchange rate, resp. recalculated according to the new BGN/EUR exchange rate.

## VI. Integrated solutions

**Art. 24.** (1) MEDIA’s Sales Department team offers various special integrated solutions proposals that include attractive elements aiming to strength the association with the program chosen by the client. The integrated proposals may consist of various combinations of sponsorship tags, short spots, break IDs; alternative forms of advertising, scenery design, promos, etc.

(2) The integrated proposals may also include additional engagement by participation in the promotional campaign of the sponsored program that might include activities like radio, press, special events, outdoor advertising, etc.

(3) As a part of the sponsorship package or separately, the MEDIA offers cooperation opportunities like: licensing the trademark of local productions in order to work down a special product package for the advertiser and/or subsequent MEDIA’s content distribution with the help of platforms, different from television platforms as well as specially prepared Internet campaigns on the Internet sites of the MEDIA.

## VII. Surcharges

### VII. Надценки и утежнения

**Чл. 25.** Типът надценки и утежнения и техният размер за програмите на МЕДИЯТА са, както следва:

**Art. 25.** The types of surcharges and their amounts for the channels of the MEDIA are as follows:

Тип надценка/утежнение Type of surcharge	Размер на надценката/утежнение Surcharge amount
Първа или последна позиция в рекламен блок / First or last position in advertising break	20% завишение на brutната цена на излъчването / 20% increase of the gross price of the spot
Втора или предпоследна позиция в рекламен блок / Second or pre-last position in advertising break	10% завишение на brutната цена на излъчването / 10% increase of the gross price of the spot
Избор на рекламен блок / Choosing an advertising break	10% завишение на brutната цена на излъчването / 10% increase of the gross price of the spot
Първа и последна позиция в един рекламен блок / First or last position in one and the same advertising break	25% завишение на brutната цена на всяко от излъчванията / 25% increase of the gross price of every spot
Избор на рекламен блок и първа/последна позиция Choosing a break and first/last position in the break	30% завишение на brutната цена на излъчването / 30% increase of the gross price of the spot
Съвместни реклами* / допълнителни търговски марки Co-advertising*/ Additional trade marks	До 40% завишение на brutната цена за всеки отделен допълнителен рекламодаател/марка. Up to 40% increase of the gross price for each additional advertiser/ brand.
Отмяна на излъчвания Cancellation of airings	бТВ/ ТК - 5%/ 10% върху brutната стойност на отменените излъчвания за срока, посочен в чл.11 (7 пълни работни дни). bTV/ TC - 5%/ 10% of the gross value of all cancelled spots for the term in Art. 11 (7 full working days).
Експресно заявяване/отмяна на излъчвания/ Urgent ordering/ cancellation of airings	бТВ/ ТК – 500/ 100 лв. без ДДС за просрочен ден / bTV/ TC – 500/ 100 BGN w/o VAT per each day of delay
Закъснение при подаване на търговско съобщение** / Late submission of the advertising material**	бТВ/ТК – 500/ 100 лв. без ДДС за просрочен ден / bTV/ TC – 500/ 100 BGN w/o VAT per each day of delay

\* Съвместна реклама е налице, когато не е спазен чл. 2 ал. 2. Размерът на завишението се определя при всеки конкретен случай в зависимост от присъствието на другия клиент – визуализация, споменаване, лого, използване на продукта, дължина на присъствието и т.н. Когато се планира излъчване на търговско съобщение със съвместна реклама, МЕДИЯТА препоръчва рекламодаателят/агенцията да изпрати изчерпателен сториборд с оглед уточняване размера на завишението за конкретния случай.

\*\* При закъснение при подаване на заявки и/или търговски съобщения, МЕДИЯТА не носи отговорност за допуснати грешки.

\* There is co-advertising when art. 2, para. 2 is not observed. The exact amount is decided on a case by case basis according to the other client's presence, such as – visualization, mentioning in the voice over, logo presence, product usage, the length of the exposure, etc. When co-advertising is planned, the MEDIA recommends the advertiser/agency to send a detailed storyboard so that the surcharge amount can be defined for the particular case.

\*\* In case of delayed submission of order and/or TV commercial communications the MEDIA cannot be held liable for any mistakes.

### VIII. Начин на плащане

**Чл. 26.** (1) Заявените схеми се изчисляват 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 чл. 22.

(2) Всяка потвърдена от отдел “Продажби” на МЕДИЯТА Схема на излъчване трябва да бъде изцяло платена в срок до 30 (тридесет) дни от датата на издаване на фактурата от МЕДИЯТА. Схема на излъчване, заявена от нов клиент (клиент, който не е бил активен в ТВ каналите на МЕДИЯТА през предходната година), след потвърждаването ѝ от отдел “Продажби” на МЕДИЯТА, трябва да бъдат платена авансово до 100% (сто на сто) до два работни дни преди старта на

### VIII. Payment methods

**Art. 26.** (1) The ordered schemes shall be calculated according to the Rate card of the channels effective on the date of the order receipt. In case of changes in the Rate card the ordered schemes shall be updated in accordance with the new Rate card in compliance with art. 22.

(2) Every Broadcasting scheme approved by MEDIA's Sales Department has to be paid in full within 30 (thirty) days as of the date of issuance of the invoice by the MEDIA. Every Broadcasting scheme ordered by a new client (a client that has not invested budget in MEDIA's TV channels during the previous year) after its approval by MEDIA's Sales Department has to be effectively paid 100% in advance two business days before the start of the campaign. The date and hour when the bank account

компанията. За време на плащане се приема денят и часът на заверяване на банковата сметка на МЕДИЯТА с дължимата сума. При промяна на банковата сметка, МЕДИЯТА уведомява писмено агенцията или рекламодателя за това обстоятелство на посочените в договора адреси за кореспонденция по чл. 15 от Общите условия.

(3) В случай на забава в плащането, при условие че плащането, извършено от рекламодателя или агенцията, не е достатъчно за да погаси всички дължими суми по фактурите, издадени от МЕДИЯТА, страните се съгласяват, че МЕДИЯТА има право да погасява задълженията по реда на тяхното възникване, започвайки от най-старото, независимо кое задължение са заявили че погасяват рекламодателят или агенцията и независимо от основанията за плащане, посочени в платежните документи.

**Чл. 27.** МЕДИЯТА има право да не започне излъчване на заявена кампания или по своя преценка да спре излъчването в случай, че не е получила дължимо плащане, без да дължи каквито и да е обезщетения или компенсации.

#### **IX. Заявяване на излъчвания на търговски съобщения и плащане чрез медия агенция**

**Чл. 28.** (1) МЕДИЯТА има право да даде възможност на агенцията и рекламодателя да заявяват за излъчване телевизионни търговски съобщения на рекламодателя и да заплащат за излъчването на МЕДИЯТА чрез посредничеството на медия агенцията (по-нататък „медия агенция“), доколкото МЕДИЯТА има сключен действащ договор с медия агенцията, който регламентира такава възможност.

(2) Във всеки момент МЕДИЯТА има право да спре или преустанови възможността на агенцията и рекламодателя по ал. 1 да използват посредничеството на медия агенция с уведомление, изпратено съответно до агенцията или рекламодателя.

(3) В случай че действието на договора между МЕДИЯТА и медия агенцията бъде прекратено или спряно, то възможността на агенцията и рекламодателя по ал. 1 на този член отпада автоматично.

(4) В случаите по предходните ал. 2 и 3, агенцията и/или рекламодателят могат да договорят с МЕДИЯТА условия, при които МЕДИЯТА може да предостави отстъпки занапред, както и по отношение на заявените и неизлъчени телевизионни търговски съобщения на рекламодателя, съгласно действащите условия за предоставяне на отстъпки от МЕДИЯТА за периода.

(5) В случаите по ал. 2 и 3 на този член след датата на получаване на уведомлението, съответно след датата на отпадането, плащането ще се извършва само директно от агенцията или съответно от рекламодателя по банковата сметка на МЕДИЯТА.

(6) За избягване на съмнение агенцията и рекламодателят ще дължат на МЕДИЯТА и заплащане на всички заявени схеми на излъчване по реда на предходните алинеи, които не са платени в срок на МЕДИЯТА освен ако не представят на МЕДИЯТА убедителни писмени доказателства (платежно нареждане) за извършено плащане на схемите за

of the MEDIA is credited with the due amount shall be considered as the time of payment. If the MEDIA changes its bank account, the agency or the advertiser shall be informed for the change by a written notice sent to the addresses for correspondence stated in the contract pursuant to art. 15 of the General Sales Rules.

(3) In the event of any delay in payment, if the payment, made by the advertiser or the agency is not sufficient to cover all due amounts under the invoices, issued by the MEDIA, the parties hereby agree that the MEDIA is entitled to cover the oldest liability, regardless of the advertiser's or the agencies' indication as to which liabilities their payment is covering, and regardless of the grounds for payment indicated on the payment documents.

**Art. 27.** The MEDIA is entitled not to start the broadcasting of an ordered campaign or in its discretion to suspend its broadcasting, without being liable for any remedies or compensations thereon, in case it has not received any due payment.

#### **IX. Ordering the broadcasting of commercial communications and payment through media agency**

**Art. 28.** (1) The MEDIA may enable the agency and the advertiser to order the broadcasting of TV commercial communications of the advertiser and to pay for the broadcasting through the mediation of a media agency (herein the "media agency"), as far as there is a valid contract signed by the MEDIA and the media agency regulating such possibility.

(2) The MEDIA has the right in any time by a notification sent to the agency or the advertiser to suspend or terminate the possibility of the agency and the advertiser under par. 1 to use the mediation of the media agency.

(3) If the validity of the contract between the MEDIA and media agency is terminated or suspended, the possibility of the agency and advertiser pursuant to para. 1 shall automatically expire.

(4) In the cases under the preceding para. 2 and 3 of this article, the agency and/or advertiser may agree upon conditions with the MEDIA under which the MEDIA may provide discounts henceforth, as well as with respect to the ordered TV commercial communications which have not been broadcasted, in accordance with the effective conditions for granting discounts by the MEDIA for the period.

(5) In the cases under para. 2 and 3 of this article, after the date of receipt of the notification, respectively after the date of expiration, the payment shall be made only directly by the agency or the advertiser to the bank account of the MEDIA.

(6) For the avoidance of doubt, the agency and the advertiser shall also owe the MEDIA a payment for all Broadcasting schemes ordered under the procedure of the preceding paragraphs which have not been paid to the MEDIA in due time, unless they provide the MEDIA with reasonable written evidence (payment order) that such payment for the schemes was



излъчване към медия агенцията с дата преди получаване на уведомлението по ал. 2, съответно отпадането по ал. 3.

## **X. Рекламации**

**Чл. 29.** (1) При спор или рекламация от страна на рекламодателя или агенцията относно излъчването на търговските съобщения, МЕДИЯТА се задължава да предостави копие от видеозаписа/-ите на излъчените търговски съобщения, които се проверяват в помещенията на МЕДИЯТА в присъствието на представители на двете страни, за което се съставя протокол.

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

(3) В случай на приета рекламация, МЕДИЯТА дължи компенсация съгласно чл. 18.

## **XI. Временно спиране на излъчване на търговско съобщение или кампания**

**Чл. 30.** (1) МЕДИЯТА има право да спре 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.

(2) МЕДИЯТА уведомява незабавно рекламодателя или агенцията и предоставя информация на какво основание прекратява излъчването.

(3) Ако бъде доказано по надлежен ред, че претенциите на третите лица са неоснователни, МЕДИЯТА възобновява излъчването на търговските съобщения. Платената цена за неизлъчените, но заявени търговски съобщения, се приспада от последващото плащане.

**Чл. 31.** В случай че не е получила дължимо плащане в срок, МЕДИЯТА има право да спре временно излъчването на рекламна кампания при условията на чл. 27 и/или да спре изпълнението на което и да е свое задължение по договора, като възобновява излъчването и съответно изпълнението на задължението си след ефективното получаване на дължимото плащане. В тези случаи МЕДИЯТА не дължи каквито и да е компенсации, обезщетения или неустойки.

## **XII. Срок и прекратяване на договорите за излъчване на търговски съобщения**

**Чл. 32.** (1) Срокът се определя в индивидуалния договор или с възлагането за излъчване на телевизионно търговско съобщение, ако нарочен индивидуален договор не е сключен.

(2) Договорът се прекратява с изтичане на определения в него срок, в случай че са изпълнени задълженията на страните по договора. Договорът може да бъде прекратен преди изтичане на срока по взаимно писмено съгласие на страните, като последиците от предварителното прекратяване се уреждат в споразумението за прекратяване,

made to the media agency prior to the receipt of the notification under para. 2, respectively the expiration under para. 3.

## **X. Claims**

**Art. 29.** (1) In case of a disagreement or a claim lodged by the advertiser or the agency regarding the broadcasting of TV commercial communications, the MEDIA shall submit a copy of the video(s) of the broadcasted TV commercial communication(s) which shall be checked on the premises of the MEDIA in the presence of representatives of both parties for which a protocol shall be signed.

(2) The claim has to be lodged no later than 3 (three) months as of the beginning of the broadcasting of the respective campaign. The MEDIA owes no compensations in case of delayed claim.

(3) If the claim is duly accepted, the MEDIA owes compensation pursuant to art. 18.

## **XI. Temporary suspension of broadcasting of a TV commercial communications or a campaign**

**Art. 30.** (1) The MEDIA has the right to temporarily suspend the broadcasting of a TV commercial communication without owing any compensations or penalties, in case it receives evidences - documents issued by a competent institution for the broadcasting violates third parties' rights.

(2) The MEDIA notifies the advertiser or the agency immediately about such suspension and provides information about the grounds on which the broadcasting has been suspended.

(3) If the third parties' claims are duly proved to be groundless, the MEDIA resumes the broadcasting of the suspended TV commercial communications. The price of the ordered but unaired commercial communications shall be deducted from the next due payment.

**Art. 31.** If the MEDIA does not receive any payment in term it may temporarily suspend the airing of an advertising campaign pursuant to the provisions of art. 27 and/or stop executing any of its contract obligations. The broadcasting and respectively the execution of the obligation shall be resumed after receipt of the due payment. In these cases the MEDIA owes no compensations, remedies or penalties.

## **XII. Term and termination of the contracts for broadcasting of TV commercial communications**

**Art. 32.** (1) The term is defined in the individual contract or with the order for broadcasting of TV commercial communications, if no specific individual contract has been signed.

(2) The contract is terminated with the expiration of its term, if all parties' contract obligations are executed. The contract may be terminated before its expiry date only upon mutual written agreement between the parties, and the consequences of such early termination shall be settled in a termination agreement signed between the parties or in an explicit protocol signed by the

подписано между страните или в подписан от страните нарочен протокол. parties.

**Чл. 33.** (1) Рекламоделателят и агенцията, които са страна по индивидуалния договор, имат право да развалят договора при системно неизпълнение по вина на МЕДИЯТА на задължението за компенсиране по чл. 18 от Общите условия, при условие, че е отправено писмено оплакване от страна на рекламоделателя или агенцията и МЕДИЯТА не е преустановила или отстранила нарушението в срок до един месец от получаване на оплакването.

(2) МЕДИЯТА може да развали договора при системно неизпълнение от страна на рекламоделателя или агенцията на задължение по договора, при условие че е отправено писмено оплакване от страна на МЕДИЯТА и задължението не е изпълнено в срок до един месец от получаване на оплакването.

(3) По смисъла на предходните алинеи на този член "системно" е два или повече пъти за срока на договора.

**Чл. 34.** (1) В случай че агенцията или рекламоделателят забавят плащане по договора с повече от 60 дни от датата на издаване на фактурата от МЕДИЯТА, МЕДИЯТА има право да развали договора незабавно, без предизвестие.

(2) При всички случаи на разваляне на договора, в които агенцията и рекламоделателят са изправни страни, МЕДИЯТА дължи връщане на предплатените суми, които не са усвоени (за които не са излъчени търговски съобщения или други рекламни форми) до момента на разваляне на договора.

(3) В случай на прекратяване на действието на договора, ако МЕДИЯТА е излъчила телевизионни търговски съобщения или други рекламни форми, за които не е получила плащане от рекламоделателя или от агенцията, рекламоделателят и съответно агенцията, ако е страна по договора, се задължават солидарно да заплатят всички дължими суми незабавно след прекратяване на действието на договора. За избягване на съмнение настоящата разпоредба е приложима и действа и след прекратяване действието на договора.

**Чл. 35.** Ако в срока на договора изпълнението му бъде възпрепятствано от решение на регулаторен орган, приети нормативни или административни актове, то МЕДИЯТА има право да прекрати договора с уведомление, изпратено до агенцията и рекламоделателя, без страните да си дължат каквито и да било обезщетения, като в десетдневен срок от прекратяването МЕДИЯТА възстановява на агенцията или на рекламоделателя съответната част от предплатените суми, които не са усвоени до момента на прекратяването, ако има такива.

**Чл. 36.** В случаите на прекратяване на действието на договор, по който е страна агенция, МЕДИЯТА има право да договори с рекламоделателя/рекламоделателите, които са използвали посредничеството на агенцията, условията и възнаграждението за директно възлагане и излъчване на телевизионни търговски съобщения в програмите на МЕДИЯТА, съответно заплащане от рекламоделателя по

**Art. 33.** (1) The advertiser and the agency which are parties to an individual contract have the right to rescind the contract in case of systematic failures of the MEDIA due to its falt to execute its obligation for compensation pursuant to art. 18 of General Sales Rules, provided that a written claim has been sent by the advertiser or agency and the MEDIA has not suspended or eliminated the violation within one month after receiving the written claim.

(2) The MEDIA may rescind the contract in case of systematic failures of the advertiser or the agency of execution of any contract obligation, provided that a written claim has been sent by the MEDIA and the obligation has not be executed within one month after receiving the written claim.

(3) Within the meaning of the preceding paragraphs "systematic" means twice or more than twice throughout the validity term of the contract.

**Art. 34.** (1) If the advertiser or the agency delays any payment under the contract with more than 60 days as of the issuing date of the MEDIA's invoice, the MEDIA has the right to terminate immediately the contract without giving a notice.

(2) In all cases of termination of the contract when the agency and the advertiser are correct parties the MEDIA shall return the prepaid amounts which have not been assimilated (for which any TV commercial communications or other advertising forms have not been broadcasted) up to the moment of contract termination.

(3) In cases of termination of the contract when the MEDIA has broadcasted TV commercial communications or other advertising forms without being paid by the advertiser or the agency, the advertiser, respectively the agency if it is a party to the contract, are jointly obliged to pay immediately all amounts due to the MEDIA after the termination of the contract. For the avoidance of doubt, the present paragraph shall remain applicable and valid even after the termination of the contract.

**Art. 35.** If in the term of the contract its execution is prevented by a decision of a regulatory institution, adopted legal or administrative acts, the MEDIA has the right to terminate the contract by sending to the advertiser and the agency a notification and the parties do not owe any compensation. In ten days after the termination, the MEDIA shall return to the agency or the advertiser the respective part of prepaid amounts, if there are any, which are not assimilated until the termination of the contract.

**Art. 36.** In cases of termination of the contract when the agency is a party to the contract, the MEDIA has the right to negotiate with the advertiser/-s who used the mediation of an agency the conditions and the remuneration for direct assignment and broadcasting of TV commercial communications on the MEDIA's channels, and also the payment by the advertiser to the bank account of the MEDIA, without the mediation of the agency.



банковата сметка на МЕДИЯТА, без посредничеството на агенцията.

### XIII. Последици при неизпълнение на договора

**Чл. 37.** (1) В случай на неизпълнение на гаранциите по индивидуалния договор, които са основание за предоставяне на отстъпките съгласно действащите условия за предоставяне на отстъпки от МЕДИЯТА за периода на излъчване, МЕДИЯТА преизчислява всички излъчени схеми на излъчване по действащата Тарифа на МЕДИЯТА и приложимото ниво на отстъпката, според реалното изпълнение на клиента на съответната гаранция, въз основа на която е предоставена дадена отстъпка. Клиентът дължи заплащане на разликата между преизчислената дължима сума по реда на предходното изречение и сумата съобразно предоставената отстъпка.

(2) При неизпълнение на гарантирания бюджет за излъчване на телевизионни търговски съобщения в програмите на МЕДИЯТА, клиентът дължи и заплащане на процента от общата стойност на всички бонуси, остойностени по Тарифата на МЕДИЯТА, валидна към датата на излъчването им, който съответства на процента на неизпълнение на гарантирания бюджет.

(3) В случай че рекламодателят използва посредничеството на агенция, плащанията по предходните алинеи се дължат от агенцията и рекламодателят солидарно към МЕДИЯТА в 10 дневен срок от получаване на уведомление от страна на МЕДИЯТА.

(4) В случай на неспазване на сроковете за плащане, клиентът дължи на МЕДИЯТА неустойка в размер на 1/360 част от основния годишен лихвен процент на Българска народна банка за периода, увеличен с 20 (двадесет) пункта, за всеки ден на забавата считано след 30-тия ден от датата на издаването на фактура от страна на Медията. В случай че рекламодателят използва посредничеството на агенция, неустойката за забавено плащане се дължи от агенцията и рекламодателят солидарно към МЕДИЯТА.

(5) В случай, че агенцията или рекламодателят не изпълни някое от задълженията си по този член, МЕДИЯТА има право да потърси реализация на правата си по съдебен ред, както и също да се отклони от обичайната си практика като при следващ договор с агенцията и/или рекламодателя има право да не предостави отстъпки, докато не бъдат изпълнени всички задължения.

(6) Настоящият член се прилага и след прекратяване на действието на индивидуалния договор, респ. след излъчването на телевизионните търговски съобщения, ако нарочен индивидуален договор не е сключен.

**Чл. 38.** Обезщетения могат да бъдат уговорени и за други случаи на неизпълнение на договорни задължения от страна на рекламодател или агенция, като конкретният им размер и реда и условията за прилагането им са предмет на индивидуалния договор.

**Чл. 39.** Във всеки случай на разваляне на договора поради причина, за която рекламодателят или агенцията като страна по договора отговарят, МЕДИЯТА преизчислява всички излъчени схеми на излъчване по действащата Тарифа на

### XIII. Consequences upon Non-fulfillment of the Contract

**Art. 37.** (1) Upon any failure to observe the guarantees of the individual contract being grounds for granting discounts according to the effective conditions for granting discounts by the MEDIA for the broadcasting period, the MEDIA shall recalculate all Broadcasting schemes which have already been broadcasted according to the effective Rate card of the MEDIA and the applicable discount rate, according to the actual performance of the client of the respective guarantee for which the discount has been granted. The client owes payment of the difference between the recalculated amount due under the procedure of the preceding sentence and the amount with the discount granted.

(2) Upon any failure to meet the guaranteed budget for broadcasting TV commercial communications on the channels of the MEDIA, the client shall owe payment of a percentage of the total value of all bonuses calculated according to the Rate card of the MEDIA, valid as at the date of their broadcasting, which corresponds to the percentage of failure to meet the guaranteed budget.

(3) If the advertiser uses the mediation of an agency, the payments under the preceding paragraphs shall be due by the agency and the advertiser jointly to the MEDIA within 10 days from receiving a notification from the MEDIA.

(4) Upon any failure to observe the terms for payment, the client owes to the MEDIA a default payment to the amount of 1/360 of the base annual interest rate of the Bulgarian National Bank for the period, increased by 20 (twenty) points for each day overdue, after the maturity date. If the advertiser uses the mediation of an agency, the advertiser and the agency jointly owe the default payment.

(5) Should the agency or the advertiser fails to perform any of its obligations under this article, the MEDIA shall be entitled to seek its rights in court, as well as to deviate from its usual practice and refuse to grant any discounts under any subsequent agreement with the agency and/or the advertiser until all obligations hereunder have been performed.

(6) This article shall apply even after the termination of the individual contract or the broadcasting of TV commercial communications, if no specific individual contract has been signed.

**Art. 38.** Compensations may be also agreed for other cases of non-fulfillment of contract obligations by an advertiser or an agency, and their amount and conditions for application are a subject of the individual contract.

**Art. 39.** In all cases of termination of the contract due to any reason for which the advertiser or agency are responsible, the MEDIA recalculates all Broadcasted schemes, which have already

МЕДИЯТА с 50% от стойността на приложимото ниво на отстъпката, според реалното изпълнение на бюджета на клиента. МЕДИЯТА преизчислява и 50% от стойността на всички останали отстъпки, които са предварително предоставени по индивидуалния договор. Рекламодалателят и агенцията дължат незабавно връщане на разликата в преизчислените отстъпки съгласно предходните две изречения.

#### **XIV. Изменение на Общите условия**

**Чл. 40.** (1) Настоящите Общи условия могат да бъдат изменяни от МЕДИЯТА едностранно. Изменените и/или допълнените Общи условия се публикуват на интернет сайта на МЕДИЯТА.

(2) Рекламодалателят и агенцията се уведомяват за настъпилите промени в Общите условия чрез публикуването им на интернет сайта на МЕДИЯТА или със съобщение по електронна поща, като имат възможност в 7-дневен срок от публикуването да се запознаят с тях. В случай че в този срок от тях не постъпи писмено несъгласие с направените промени, те ги обвързват и се прилагат при взаимоотношенията им с МЕДИЯТА.

#### **XV. Конфиденциалност**

**Чл. 41.** (1) МЕДИЯТА, рекламодалателят и агенцията се задължават да не разкриват под каквато и да било форма информация, съставляваща търговска тайна за страните, на трето лице (с изключение на филиалите си, одитори и юридически съветници), освен ако е получено изричното писмено съгласие на другата страна или ако съответната страна е задължена по закон.

(2) По смисъла на настоящите Общи условия търговска тайна на МЕДИЯТА са конкретни факти, информация и данни, свързани с хода на преговорите, съдържанието и уговорките по сключени индивидуални договори, имена на рекламодалатели, гарантирани бюджети, срокове за изпълнение, гаранции, преференциални условия и отстъпки, права и задължения на страните, уговорки при неизпълнение, както и информация за организацията и търговската дейност на МЕДИЯТА, ноу-хау, практически опит и лични данни на служителите ѝ. Разкриването на информация, съставляваща търговска тайна, се смята за съществено нарушение и може да доведе до прекратяване на сключения индивидуален договор по вина на страната, допуснала разкриването на информация. Не се смята за разкриване на търговска тайна информацията за факта на сключване на индивидуалния договор.

(3) Не е конфиденциална собствената за страната информация, която страната изрично е оповестила като неконфиденциална или която сама е направила общодостъпна.

**Чл. 42.** Всяка от страните по договор за излъчване на търговски съобщения се задължава да не уврежда доброто име на насрещната страна и/или на нейни служители, както и да изисква от служителите си и подизпълнителите си спазване на задълженията и ограниченията по чл. 41 и настоящия член.

been broadcasted according to the effective Rate card of the MEDIA with 50% of the value of the applicable discount rate, according to the actually achieved budget of the client. The MEDIA shall also recalculate all other discounts provided in advance under the individual contract on 50% of their value. The advertiser and the agency shall repay immediately the difference in the recalculated amounts according to the previous two sentences.

#### **XIV. Amendment of the General Sales Rules**

**Art. 40.** (1) The present General Sales Rules may be amended unilaterally by the MEDIA. The amended and/or supplemented General Sales Rules shall be published on the Internet site of the MEDIA.

(2) The advertiser and the agency shall be informed for the amendments of the General Sales Rules through their publication on the website of the MEDIA or by receiving an e-mail message. The advertiser or the agency shall be entitled within 7 days as of the publication to get acquainted with amendments. If no written disagreement is submitted by them within this term, the amendments are considered binding and shall be applicable in their relations with the MEDIA.

#### **XV. Confidentiality**

**Art. 41.** (1) The MEDIA, the advertiser and the agency undertake not to disclose in any form information that is trade secret of the parties to third parties (except its affiliated companies, auditors and legal advisers) unless an explicit written consent has been received by the other party or if the respective party is obliged by law.

(2) Pursuant to the present General Sales Rules, MEDIA's trade secret are specific facts, information and data, connected with the negotiations, content and stipulations of the signed individual contracts, names of the advertisers, guaranteed budgets, terms of execution, guarantees, preferential conditions and discounts, rights and obligations of the parties, agreements in case of non-fulfillment, as well as the information for the organization and commercial activity of the MEDIA, know-how, practical experience and personal data of its employees. The disclosure of information that is a trade secret shall be treated as substantial violation and may lead to termination of the signed individual contract by the fault of the party who has made the disclosure of information. The disclosure of the fact of signing the individual contract is not considered as disclosure of a trade secret.

(3) Any information of the party which has explicitly been announced as non-confidential or has been made public by the selfsame party, is not considered confidential.

**Art. 42.** Each party to the contract for Broadcasting of TV commercial communications is obliged not to damage the reputation of the counterparty and/or its employees, as well as to demand from its employees and subcontractors to observe the obligations and restrictions pursuant to art. 41 and this article.

**Чл. 43.** За нарушаване на задълженията по чл. 41 и 42 неизправната страна дължи на изправната неустойка, в размер на 10% (десет на сто) от стойността на договора, но не повече от 10 000 лв. без ДДС. При настъпили вреди в по-голям размер от уговорената неустойка, МЕДИЯТА си запазва правото да претендира всички вреди - претърпени загуби и пропуснати ползи над тази сума.

#### **XVI. Недействителност**

**Чл. 44.** Страните декларират, че в случай че някоя/-и от клаузите на настоящите Общи условия или договора се окаже/-ат недействителна/-и, това няма да води до недействителност на останалите клаузи от индивидуалния договор и Общите условия. Недействителната клауза се замества от повелителните норми на закона.

#### **XVII. Дефиниции**

**Чл. 45.** По смисъла на настоящите Общи условия, действащата Политика за продажба на ТВ реклама на МЕДИЯТА и индивидуалните договори:

1. Тематични канали (ТК) са следните телевизионни програми на МЕДИЯТА - bTV Action, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Lady, Ring и други програми, в случай че такива бъдат създадени от МЕДИЯТА.

2. Нет бюджет: сумата, ефективно изразходвана от рекламодателя за излъчване на телевизионни търговски съобщения в програмите на МЕДИЯТА през календарната година след начисляване на отстъпки и преди начисляването на ДДС.

3. Рейтинговите данни, които имат отношение към дефинирането на цената и отчитането на рейтинг точките за предаванията/програмите на МЕДИЯТА, се определят чрез услугите, предоставени от Гарб Аудиенс Межърмент България АД, ЕИК 203346598 (ГАРБ) или друга независима пийпълметрична агенция, посочена от МЕДИЯТА.

#### **XVIII. Приоритети**

**Чл. 46.** 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.

#### **XIX. Заключителни условия**

**Чл. 47.** За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

**Чл. 48.** 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.

**Art. 43.** For any violation of the obligations pursuant to art. 41 and 42 the delinquent party owes the correct party a penalty in amount of 10% (ten percent) of the contract value, but not more than 10 000 (ten thousand) BGN excluding VAT. If the amount of the damages is bigger than the agreed penalty, the MEDIA shall reserve its right to claim all damages – losses incurred and lost profits beyond that amount.

#### **XVI. Invalidity**

**Art. 44.** The parties declare that if any of the clauses of these General Sales Rules or of the contract are invalid this shall not result in the invalidity of the other clauses of the individual contract or the General Sales Rules. The invalid clause shall be replaced by the imperative legislation norms.

#### **XVII. Definitions**

**Art. 45.** According to present General Sales Rules, the MEDIA's effective TV Sales Policy and individual contracts:

1. Thematic channels (TC) are the following TV channels of the MEDIA - bTV Action, bTV Cinema, bTV Comedy, bTV Lady, Ring and other channels, if such are created by the MEDIA.

2. Net budget: the amount effectively spent by the advertiser for broadcasting of TV commercial communications on the channels of the MEDIA during the whole calendar year after making discounts and before charging VAT.

3. Rating data that are related to the price definition and the monitoring of the rating points per the programs/channels of the MEDIA are determined through the services provided by Garb Audience Measurement Bulgaria AD, UIC 203346598 (GARB) or any other independent people meter agency, specified by the MEDIA.

#### **XVIII. Priorities**

**Art. 46.** In case of discrepancies between the clauses of the various documents composing the whole contract, priority is given to the clauses of the documents in the following order:

1. Annexes to the individual contract;
2. Individual written contract;
3. Present General Sales Rules.

#### **XIX. Final Provisions**

**Art. 47.** The effective legislation of the Republic of Bulgaria shall be applicable for all unsettled issues.

**Art. 48.** All arguments related to the interpretation and implementation of the individual contracts and the present General Sales Rules shall be settled by an agreement between the parties. In case an agreement cannot be reached, the issue shall

be brought to the competent court with a residence in Sofia.

Настоящите Общи условия са изготвени на български и английски език, като в случай на несъответствие между текстовете е валиден българският текст.

This General Sales Rules are made in Bulgarian and English language and in case of discrepancies between the clauses the version in Bulgarian language shall prevail.

Настоящите Общи условия влизат в сила на 30.03.2017 г.

The present General Sales Rules are effective as of 30.03.2017.

Общите условия са утвърдени от:

The General Sales Rules are approved by:

.....  
Флориан Скала/ Florian Skala  
Изпълнителен директор/  
Executive Director

.....  
Едмунд Аппелт/ Edmund Appelt  
Изпълнителен директор/  
Executive Director

.....  
Давид Щепан/ David Stepan  
Изпълнителен директор/  
Executive Director