



ДЕСТИНАЦИЯ BG

ОБЩИ УСЛОВИЯ

за реда, начина и условията за излъчване на търговски съобщения в
предоставяните от БГ ТОП МЮЗИК ЕООД аудио-визуални медийни услуги

I. ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Чл.1. (изм. с реш. на ИД от 10.12.2014 г.) (1) Настоящите Общи условия регламентират отношенията между „БГ ТОП МЮЗИК“ ЕООД, регистрирано в Агенция по вписванията, Търговски регистър под ЕИК 202077606, със седалище и адрес на управление гр. Димитровград, бул. „Раковски“ 16, офис 16, представлявано от Тодор Бялков Димитров – управител, по долу наричано за краткост само БГ ТОП МЮЗИК, от една страна, в качеството му на доставчик на медийни услуги (телевизионен оператор) по смисъла на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ) и рекламодателите, спонсорите и/или рекламните агенции от друга страна по повод предоставянето, срещу заплащане или друга възмездна престация, на програмно време за излъчване на търговски съобщения в предлаганите от БГ ТОП МЮЗИК аудио-визуални медийни услуги.

(2) Рекламодател по смисъла на настоящите общи условия е лице, осъществяващо търговска, стопанска дейност, занаят или професия, което в това си качество желае да информира, да изпрати послание за или да популяризира дейността си, конкретни действия или продукти, търговски марки, или да насърчи покупката или ползването на свои стоки, услуги, вкл. недвижима собственост, права и задължения, или да популяризира кауза или идея, или да предизвика друг ефект, желан от него.

(3) Спонсор е лице, което не се занимава с доставка на медийни услуги или създаване на аудио или аудио-визуални произведения, но което осъществява принос във финансирането на медийни услуги или предавания с оглед популяризиране на неговото име, търговска марка, репутация, дейност или на неговите продукти.

(4) Под рекламна (медия) агенция следва да се разбира търговец, който по занятие се занимава с осъществяването на дейности в областта на рекламата и който по силата на облигационно или търговско правоотношение предоставя рекламни услуги на един или повече рекламодатели, вкл. и по излъчването на търговски съобщения в аудио-визуални медийни услуги.

Чл. 2. (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на търговски съобщения - рекламни клипове, спонсорски заставки, телевизионен пазар и позициониране на продукти, както и други рекламни форми, незабранени от закона в аудио-визуалните медийни услуги, предоставяни от БГ ТОП МЮЗИК.

(2) Настоящите Общи условия не регламентират реда, начина и условията за представяне на търговски съобщения в интернет страниците на БГ ТОП МЮЗИК.

Чл.3. (1) Настоящите Общи условия за задължителни за БГ ТОП МЮЗИК и рекламодателите, спонсорите и рекламните агенции.

(2) С подписването на индивидуалните договори, на медия - планове и/или на възлагателните писма рекламодателите, спонсорите и рекламните агенции приемат и се съгласяват да бъдат обвързани от разпоредбите на настоящите Общи условия.

Чл.4. (1) БГ ТОП МЮЗИК има право да изменя едностранно настоящите Общи условия като рекламодателите, спонсорите и рекламните агенции се считат за уведомени за промените в тях от датата на публикуването им на интернет страницата на БГ ТОП МЮЗИК (www.destination-bg.tv).

(2) В случай, че в 15 (петнадесет) дневен срок от публикуването на измененията на Общите условия рекламодателите, спонсорите и рекламните агенции не изпратят писмено несъгласие с направените промени, измененията ги обвързват и се прилагат автоматично в отношенията им с БГ ТОП МЮЗИК.

II. ИНДИВИДУАЛНИ ДОГОВОРИ

Чл. 5. Предоставянето на програмно време за излъчване на търговски съобщения в аудио-визуалните услуги, предлагани от БГ ТОП МЮЗИК става след сключване на писмен договор между последния, от една страна и рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция, от друга.

Договори с рекламодатели и спонсори

Чл.6. (1) Договорите, сключвани директно с рекламодателите и спонсорите за излъчване на реклама или спонсорство съдържат следната минимално необходима информация:

1. Данни за рекламодателя или спонсора;
2. Имена, търговски марки на стоките или услугите, дейността, репутацията, правата и задълженията и т.н. на рекламодателя/спонсора, които са предмет на търговските съобщения, заявени за излъчване в медия – план/ове.
3. Декларация от рекламодателя/спонсора, че притежава правото да използва с рекламни цели името и/или марката на продуктите или услугите, предмет на заявките за реклама;
4. Декларация от рекламодателя/спонсора, че приема условията на Общите условия и е запознат с тяхното съдържание.
5. Срок на договора;
6. Данни за кореспонденция – адрес, електронна поща, телефон, факс и лице за контакт.

(2) Като приложение и неразделна част от договора се прилагат:

1. Двустранно подписан/и и приет медия – план/ове за излъчване, в който/които са определени програмата, по която ще се излъчват търговските съобщения, часовете пояси, продължителността, последователността, броя и други условия на излъчване на търговските съобщения, дължимото възнаграждение с вкл. отстъпки, ако има такива.
2. Съответният лиценз или разрешение за стоките или услугите, чието производство или търговия подлежат на лицензионен режим съгласно Закона за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност.

(3) По преценката на БГ ТОП МЮЗИК и изрично негово искане, рекламодателят/спонсорът следва да представят и следните:

1. Документи, предоставени от рекламодателя/спонсора, доказващи уреждането на правата върху обекти на интелектуална собственост – музикални произведения, търговски марки и др., включени в предоставените аудио-визуални търговски съобщения, които ще се излъчват в аудио-визуалните медийни услуги на БГ ТОП МЮЗИК.

2. Документи, предоставени от рекламодателя/спонсора, доказващи уреждането на правата на интелектуална собственост, възникнали при и по повод създаването на търговските съобщения.

Договори с рекламни агенции

Чл.7. (1) Договорите с рекламни агенции, сключвани от БГ ТОП МЮЗИК съдържат освен информацията и приложенията по чл. 6 и възлагателно писмо от рекламодателя, в което се съдържат данни за рекламодателя, рекламната агенция, на която рекламодателят възлага рекламното обслужване, данни за предмета на рекламната – имена, търговски марки на стоките или услугите, дейността на рекламодателя и т.н. , срок на възлагане, декларация от рекламодателя/спонсора, че притежава правото да използва за рекламна цел името или марката на продуктите или услугите, предмет на търговските съобщения, декларация от същия, че приема и се съгласява настоящите Общи условия да породят действие и за него.



ХОБИ^{ТВ}



ЛОВ

ДЕСТИНАЦИЯ BG

(2) Рекламоделателят/спонсорът и рекламната агенция са солидарно отговорни за изпълнението на задълженията и поетите гаранции по договора, вкл. и по плащането на обезщетения и/или неустойки.

(3) Възлагателното писмо следва да се представя от рекламната агенция при всяка заявка, когато рекламоделателят/спонсорът и/или предметът на търговското съобщение се различават от предходно представените. С оглед избягване на всякакво съмнение при продължаване на рекламна кампания и/или осъществяване на нова рекламна кампания със същите рекламоделател, спонсор, продукти, стоки, услуги и т.н., за които вече е извършвана рекламна кампания, възлагателно писмо не се представя, а се подписва само медия – план.

Други индивидуални договори

Чл.8. (1) Договорите по този член могат да се сключват като с рекламоделатели/спонсори, така и с рекламни агенции.

(2) Договорите за предоставяне на програмно време за излъчване на телевизионен пазар се сключват съобразно индивидуално изготвен за всеки случай договор и при съответно прилагане на настоящите Общи условия.

(3) Договорите за продуктово позициониране в кинематографски произведения, филми и сериали, създадени за БГ ТОП МЮЗИК, в спортни, забавни и други предавания се сключват съобразно индивидуално изготвен за всеки случай договор и при съответно прилагане на настоящите Общи условия.

(4) Договори за материално подпомагане на предавания със стоки или услуги за осигуряване нуждите на последното с гардероб, реквизит, награди или други подобни се сключват по образец и при съответно прилагане на настоящите Общи условия.

(5) Договори за медийно партньорство се сключват съобразно индивидуално изготвен за всеки случай договор и при съответно прилагане на настоящите Общи условия.

III. УСЛОВИЯ ЗА ИЗЛЪЧВАНЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ СЪОБЩЕНИЯ

Чл.9. (1) За да бъдат излъчени от БГ ТОП МЮЗИК в предоставяните от него аудио-визуални медийни услуги, търговските съобщения следва да отговарят на изискванията на Закона за радио и телевизията (ЗРТ), както и на другите нормативни актове, регламентиращи създаването и излъчването на търговски съобщения – Закон за авторското право и сродните му права (ЗАПСП), Закон за марките и географските означения (ЗМГО), Закон за защита на конкуренцията (ЗЗК), Закон за защита на потребителите (ЗЗП), Закон за здравето (ЗЗ) и останалото приложимо законодателство.

(2) Търговските съобщения следва да са изработени в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение „Национален съвет за саморегулация“, както и в съответствие с Единен стандарт за регулация нивата на звука в рекламата, приет с подписаното споразумение между Сдружение „Асоциация на българските радио и телевизионни оператори – АБРО“, Сдружение „Българска асоциация на комуникационните агенции“ и Сдружение „Българска асоциация на рекламоделателите“.

(3) Рекламоделателите, спонсорите и рекламните агенции предоставят търговските съобщения във формат, отговарящ на техническите изисквания за излъчване на последните в предлаганите от БГ ТОП МЮЗИК аудио-визуални медийни услуги. Конкретните технически изисквания са описани в Приложение 2 към настоящите Общи условия – *Технически изисквания за излъчване на търговски съобщения.*

Защита на децата

Чл. 10. (1) В търговските съобщения за храни и напитки, съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по специално съдържащи мазнини, транс киселини, сол/натрий и захар, чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен, както и в търговски съобщения за генно-модифицирани храни, не могат да участват деца.

(2) Търговските съобщения не трябва да:

1. създава опасност за физическа или морална вреда на децата;

2. убеждава пряко децата да закупят или да вземат под наем продукт или услуга, използвайки тяхната неопитност или доверчивост;
3. насърчават децата пряко да убедят родителите си или други лица да закупят рекламираните стоки или услуги;
4. злоупотребяват със специалното доверие, което децата имат в своите родители, учители или други лица;
5. показват безпричинно децата в опасност.

Чл.11. Рекламодателите, спонсорите и рекламните агенции гарантират и декларират, че:

1. рекламоателят/спонсорът има право да използва за телевизионно излъчване предмета на търговското съобщение - името, търговската марка на стоката или услугата, дейността и др.;
2. са уредили всички имуществени и неимуществени авторски и/или сродни на тях права върху защитени произведения, включени в предоставяните от тях търговски съобщения така, че с излъчването им в предоставяната от БГ ТОП МЮЗИК медийна услуга, няма да се нарушат правата на съответните правоносители;
3. са уредили всички имуществени и неимуществени авторски и/или сродни на тях права, възникнали при създаването на предоставяните от тях търговски съобщения така, че с излъчването им в предоставяната от БГ ТОП МЮЗИК медийна услуга, няма да се нарушат правата на съответните правоносители.;
4. с използването на търговските съобщения няма да се нарушат правата на каквито и да било трети лица.

Чл.12. (1) Ако в случай на нарушение на някоя от посочените в предходния член гаранции към БГ ТОП МЮЗИК бъдат предявени каквито и да било претенции от трети лица, рекламоателят, спонсорът и/или рекламната агенция поемат цялата отговорност, като в случаите на договор с рекламна агенция отговорността е солидарна между нея и рекламоателя/спонсора, който е подписал съответното възлагателно писмо.

(2) Ако в случай на излъчване на търговско съобщение, предоставено от рекламоател, спонсор или рекламна агенция на БГ ТОП МЮЗИК бъдат наложени административно – наказателни санкции, последните поемат за своя сметка заплащането на наложените имуществени санкции и разходите на БГ ТОП МЮЗИК, свързани със заплащането на държавни и други такси, където е приложимо, адвокатски възнаграждения, възнаграждения за вещи лица и други относими разходи.

(3) БГ ТОП МЮЗИК своевременно уведомява рекламоателя, спонсора и/или рекламната агенция за започването на административно-наказателно производство и/или друго производство, вкл. и пред Националния съвет по саморегулация.

(4) Рекламоателят, спонсорът и/или рекламната агенция имат право да излъчат свой представител, който да участва в съответното производство заедно с представителя на БГ ТОП МЮЗИК. В случай, че рекламоателят, спонсорът и/или рекламната агенция не се възползват от правото си по предходното изречение, то те нямат право да възразяват срещу начина на водене на производството.

Чл. 13. (1) БГ ТОП МЮЗИК има право да отказва излъчването на търговско съобщение, независимо че то е прието, в случай, че по преценка на БГ ТОП МЮЗИК излъчването му би могло да доведе до нарушаване на някое от условията посочени в чл. 9 – 11.

(2) БГ ТОП МЮЗИК уведомява по начините, описани в чл. 16 насрещната страна при отказ за излъчване. Уведомяването става в срок 1 (един) работен ден след получаване на материалите. Когато установяването за липсата на съответствие на търговското съобщение стане след излъчването му, то БГ ТОП МЮЗИК преустановява последващото му излъчване.

(3) Когато БГ ТОП МЮЗИК откаже или преустанови излъчването и направи това при наличието на медия - план, вече програмиран в схемата или договорен между страните,

не се дължи компенсация или обезщетение от БГ ТОП МЮЗИК, като рекламоателят, спонсорът и/или рекламната агенция заплащат в 15 (петнадесет) дневен срок от получаване на съответния счетоводен документ от БГ ТОП МЮЗИК неустойка в размер



ХОБИ TV



ЛОВ

ДЕСТИНАЦИЯ BG

на 20 % (двадесет на сто) от нетната стойност на одобрения медия-план. В случай на 100 % авансово плащане, посочената неустойка се прихваща от сумата, а остатъкът, ако има такъв, се възстановява на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция в срок до 30 (тридесет) дни от края на месеца, през който е направен отказът или е преустановено излъчването.

IV. РЕД И НАЧИН НА ИЗЛЪЧВАНЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ СЪОБЩЕНИЯ

Чл. 14. (1) Заявяването за излъчване на търговски съобщения става с потвърждаването от страна на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция на подготвен и изпратен от БГ ТОП МЮЗИК медия-план за излъчване. Стартирането на излъчването на медия – плановете става само след авансово изплащане на дължимото възнаграждение и представяне на необходимите документи, съгласно настоящите Общи условия.

(2) Изпращането и потвърждаването на медия плановете и на документацията става по правилата на чл. 16.

Чл.15. Рекламодателите, спонсорите и/или рекламните агенции се задължават да спазват следните срокове за подаване на одобрените медия – плановете, рекламни материали и документи:

1. потвърден от рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция медия план следва да постъпи в информационната система на БГ ТОП МЮЗИК не по – късно от 5 (пет) работни дни преди първоначалното излъчване търговското съобщение.

2. рекламните материали следва да са на разположение на БГ ТОП МЮЗИК в срок не – по късно от 3 (три) работни дни преди излъчването на търговските съобщения.

Чл. 16. (1) С подписването на договора страните определят адреси и лица за контакти, като задължително посочват и електронна поща (e-mail) за кореспонденция. Страните се съгласяват, че всички действия по изпращане, приемане, изменение и отмяна на медия – плановете ще се осъществява само по електронен път чрез съставянето на електронни документи по смисъла на Закона за електронния документ и електронния подпис. Страните се съгласяват, че ако електронното изявление е произлязло от електронната поща на посочено в договора лице за контакт на някоя от страните, то ще се счита, че последното съдържа валидно изпратено волеизявление от съответната страна по договора.

(2) Изпращането на електронни изявления от и до електронна поща, която не е изрично уговорена от страните ще се счита за недействително до потвърждаването му от страната, от която е изпратено по реда на ал. 1.

(3) Електронното изявление се счита за получено с постъпването му в посочената от адресата информационна система (електронна поща за кореспонденция).

(4) (отм. с реш. на ИД от 10.12.2014 г.)

(5) За всички неуредни въпроси по отношение на електронните изявления и документи се прилага ЗЕДЕП.

(6) Изпращането на писмени документи става чрез препоръчана поща, куриер или по факс. Съобщения, изпратени по факс ще се смятат за връчени в момента на предаването, при условие че изпращачът е получил отчет за предаването, указващ че всички страници от съобщението са подадени до верния номер.

Чл.17. (1) Търговските съобщения се излъчват в съответствие с времето на рекламните паузи и/или според позициите, посочени в медия – плана за конкретните програми. Потвърден медия – план ще бъде следван от БГ ТОП МЮЗИК в максимално възможна степен като са допустими минимални отклонения, което няма да се счита за неизпълнение на задължение.

(2) БГ ТОП МЮЗИК излъчва търговски съобщения, чието съдържание, по преценка на БГ ТОП МЮЗИК може да увреди физическото, умственото и морално развитие на децата само в часовия диапазон от 23:00 до 06:00 часа.

(3) Излъчването на непряка реклама на спиртни напитки може да се излъчва по преценка на БГ ТОП МЮЗИК между 22:00 и 06:00 часа.



ДЕСТИНАЦИЯ BG

гр. Димитровград
бул. Раковски 16, офис 16
reklama@hobbytv.bg
www.hobbytv.bg
www.destination-bg.tv

В случай на преценка от БГ ТОП МЮЗИК, че предоставеното търговско съобщение за представяне на спиртни напитки не отговаря на изискванията на Закона за здравето, БГ ТОП МЮЗИК има право да не излъчи търговското съобщение без да носи отговорност за неизпълнение.

(4) БГ ТОП МЮЗИК носи отговорност за качеството на излъчването, но не и за качеството на приемането.

(5) В случай на пропуск в излъчването на търговско съобщение по одобрен медия – план, БГ ТОП МЮЗИК компенсира рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция с излъчвания в същите програми, размер и позициониране, равностойни на пропуснатите, които следва предварително да се съгласуват с рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция.

Чл.18. (1) Промяна на потвърден медия – план от рекламодател, спонсор и/или рекламна агенция е възможна само при писмено желание от страна на последните и потвърдена възможност за това от БГ ТОП МЮЗИК. Промените в одобрен медия – план могат да се правят в срок до 3 (три) работни дни преди съответното излъчване.

(2) Заявяването на допълнително излъчване не се счита за изменение. Подобна заявка следва да се направи по реда на чл. 15 и 16.

(3) В случаи на необходимост от промяна на потвърден медия – план БГ ТОП МЮЗИК има право да отправи предложение за изменение до рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция, което предложение следва да се приеме и/или последните да предложат нов медия – план, съобразен с обстоятелствата, наложили изменението в рамките на 1 (един) работен ден. Липсата на отговор в срока по предходното изречение се счита за мълчаливо съгласие с предложението на БГ ТОП МЮЗИК.

(4) Когато излъчването не може да бъде извършено съгласно утвърдения медия план, в случай на обективни технически, програмни или други причини, това няма да се счита за неизпълнение на задължението на БГ ТОП МЮЗИК.

Чл. 19. Отказът на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция от приет медия – план се изпраща в писмена форма, съобразно чл. 16 в срок не по – късно от 3 (три) работни дни преди датата на излъчване. След този срок се заплаща неустойка в размер на 25 % (двадесет на сто) върху брутната сума на отказаните излъчвания, без включени промоционални условия и/или отстъпки. В случай на 100 % (сто на сто) предплатени излъчвания неустойката се прихваща от сумата, а останалата се възстановява на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция в срок до 30 (тридесет) дни от края на месеца, през който е направен отказът.

Чл.20. В срок от 20 (двадесет) календарни дни след изтичане на месеца, през който е осъществено излъчването на търговските съобщения и рекламната кампания е приключила БГ ТОП МЮЗИК издава на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция Сертификат за излъчване.

V. ФИНАНСОВИ УСЛОВИЯ

Чл.21. (1) Цените за излъчване на търговски съобщения са определени в Рекламни тарифи за съответната календарна година и са публикувани на интернет страницата на БГ ТОП МЮЗИК на www.destination-bg.tv.

(2) При заплащане от страна на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция с непарични престации, последните се остойностяват съобразно действащата към момента на сключване на договора тарифа.

(3) Цените в тарифата са определени за излъчване на търговско съобщение до 30“ в програмата на предлаганите аудио-визуални медийни услуги.

(4) БГ ТОП МЮЗИК може да сключва сделки с нива на обемна отстъпка, при които рекламодателят, спонсорът и/или рекламната агенция се задължават да определят нет бюджет, който ще използват в определен срок като излъчват търговски съобщения в предлаганите от БГ ТОП МЮЗИК аудио-визуални медийни услуги. Нет бюджетът е поето от рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция задължение за подаване на



ХОБИ^{ТВ}



ЛОВ

ДЕСТИНАЦИЯ BG

заявки за излъчване на търговски съобщения на определена парична стойност и за определено време.

(5) (изм. с реш. на ИД от 10.12.2014 г., изм. с реш. на ИД от 01.01.2016 г.) Часови пояси за излъчване на търговски съобщения:

1. Prime time (РТ) от 18:00 до 23:30 часа;
2. Off prime time (ОРТ) от 23:30 до 18:00 часа.

Чл.22. (1) Рекламоделателят, спонсорът и/или рекламната агенция следва да заплащат следните допълнителни такси във връзка с определени изисквания за начина на излъчване на търговското съобщение:

1. за първа или последна позиция в конкретен рекламен блок допълнителна такса в размер на 20 % (двадесет на сто) от брутната стойност на заявеното за излъчване търговско съобщение;

2. за избор на рекламен блок допълнителна такса в размер на 10 % (десет на сто) от брутната стойност на заявеното за излъчване търговско съобщение;

3. top & tail (две или повече търговски съобщения със специално позициониране едно спрямо друго в един и същи рекламен блок, както и заявени за излъчване две и повече търговски съобщения в определен ред, но без определена позиция едно спрямо друго в един и същи рекламен блок) допълнителна такса в размер на 15 % (петнадесет на сто) от брутната стойност на двете заявени за излъчване търговски съобщения;

4. за ексклузивитет в рекламен блок (без директно показване на марки на конкуренти в същия рекламен блок) допълнителна такса в размер на 25 % (двадесет и пет на сто) от брутната стойност на заявеното за излъчване търговско съобщение;

(2) Рекламоделателят, спонсорът и/или рекламната агенция следва да заплащат следните допълнителни такси във връзка с търговски съобщения, представящи повече от една търговска марка, стока и др. (ко-брандиране).

1. за една допълнителна марка допълнителна такса в размер на 10 % (десет на сто) от брутната стойност на заявеното за излъчване търговско съобщение;

2. за две допълнителни марки - 20 % (двадесет на сто) от брутната стойност на заявеното за излъчване търговско съобщение;

3. за три допълнителни марки - 30 % (тридесет на сто) от брутната стойност на заявеното за излъчване търговско съобщение;

Чл. 23. (1) Промяната в тарифите става чрез оповестяването им в интернет страницата на БГ ТОП МЮЗИК в срок от 30 дни преди влизането на измененията в сила.

(2) От датата на влизането на измененията в сила тарифите стават задължителни и се прилагат към всички рекламоделатели, спонсори и/или рекламни агенции.

(3) Когато медия – плановете са приети след обявяването на измененията на цените и преди влизането на последните в сила и периодът на изпълнението им е преди влизането в сила на измененията, то се прилагат тарифите към датата на приемането на медия – плана.

(4) Когато медия – плановете са приети след обявяването на измененията на цените и преди влизането на последните в сила и периодът на изпълнението им е след влизането в сила на измененията и които са 100 % предплатени, то се прилагат тарифите към датата на приемането на медия – плана.

(5) При остойностяване на непарични престации се прилагат тарифите към датата на сключване на договора.

Чл.24. (1) Плащанията по всички сключени договори се извършват 100 % (сто на сто) авансово, преди излъчване на търговското съобщение, съобразно приетия медия – план.

(2) (изм. с реш. на ИД от 01.01.2016 г.) Плащанията се извършват в български лева по следната банкова сметка на БГ ТОП МЮЗИК:

“БГ ТОП МЮЗИК “ ЕООД
ТБ ИНВЕСТБАНК АД
BIC код: IORTBGSF
IBAN: BG89IORT73761040068600



ДЕСТИНАЦИЯ БГ

(3) В случай, че дължимите възнаграждения не бъдат погасени в срока по този член, БГ ТОП МЮЗИК има право да не започне, съответно да спре излъчването на търговското съобщение, както и да откаже приемането на последващи заявки от същия рекламодателя, спонсор и/или рекламна агенция без това да води до каквито и да било неблагоприятни последици за БГ ТОП МЮЗИК, както и има право да поиска авансово плащане на следващи кампании.

ВИИ. ПРЕКРАТЯВАНЕ НА ИНДИВИДУАЛНИТЕ ДОГОВОРИ. НЕУСТОЙКИ И ОБЕЗЩЕТЕНИЯ

Чл. 25. (1) Индивидуалните договори се прекратяват:

1. с изтичане на посочения в тях срок и изпълнение на поетите от страните задължения;

2. по взаимното писмено съгласие на страните;

3. едностранно от която и да е от страните по договора без да се дължи неустойка и/или обезщетение при системно неизпълнение (три или повече пъти), от другата страна на задълженията ѝ, което е продължило след отправяне на писмена покана по реда на чл. 16.

4. ако през време на действието на договора изпълнението му бъде възпрепятствано от приети нормативни или административни актове, то договoрът се прекратява без каквито и да било неустойки от страните като в 30 – тридесет дневен срок от прекратяването БГ ТОП МЮЗИК възстановява съответната част от предплатените суми, която е не усвоена до момента на прекратяването.

Чл. 26. (1) В случай на неизпълнение на задължението си за плащане в сроковете по настоящите Общи условия рекламодателят, спонсорът и/или рекламната агенция дължи на БГ ТОП МЮЗИК неустойка в размер на 0,5 % за всеки просрочен ден, но не повече от 25 % (двадесет и пет на сто) от цената на дължимото и незаплатено възнаграждение за излъчването на търговско съобщение.

(2) (изм. с реш. на ИД от 10.12.2014 г.) За неизпълнение на задължението за заплащане на нет бюджет рекламодателят, спонсорът и/или рекламната агенция дължат неустойка в размер на 25 % (двадесет и пет на сто) от брутната стойност на заявения бюджет или алтернативно на това БГ ТОП МЮЗИК може да реши при следваща поръчка за извършване на рекламна кампания със същия рекламодателя последният да не ползва предвидените отстъпки за заявена рекламна кампания.

(3) В случай на неспазване на сроковете по чл. 15 рекламодателят, спонсорът и/или рекламната агенция дължат на БГ ТОП МЮЗИК неустойка в размер на 200 (двеста) лева за всеки неспазен ден.

(4) Ако индивидуалният договор между рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция бъде прекратен преди изтичането на срока не по вина на БГ ТОП МЮЗИК, рекламодателят, спонсорът и/или рекламната агенция дължат неустойка в размер на 25 % (двадесет и пет на сто) от стойността на договора.

Чл.27. (1) В случай на неизпълнение на задължение по този договор от страна на БГ ТОП МЮЗИК последният дължи на рекламодателя, спонсора и/или рекламната агенция обезщетение, изразяващо се в предоставяне на допълнително излъчване на търговски съобщения в предлаганите от БГ ТОП МЮЗИК аудио-визуални медийни услуги.

(2) Стойността на допълнителното излъчване на търговски съобщения не може да бъде повече от 20 % (двадесет на сто) от стойността на търговските съобщения, предмет на неизпълнения договора.

(3) При определяне стойността на допълнителното излъчване се използва действащата към момента на компенсирането тарифа.

(4) БГ ТОП МЮЗИК не носи отговорност, за каквото и да е неизпълнение или забавяне на изпълнението, на което и да е задължение по договор, ако това неизпълнение се дължи на случайно събитие или непреодолима сила, включително, но неограничавашо се до: граждански безредици, война или военни действия, национални и мести бедствия, съответни актове или наказания от страна на правителство или други компетентен орган, тежки климатични условия, земетресения и други природни бедствия, технически



ХОБИ ТВ



ЛОВ

ДЕСТИНАЦИЯ BG

проблеми на излъчването, включително повреда на предавателните съоръжения, прекъсване и/или недостиг на електричество, спиране и/или прекъсване на интернет, стачни действия, грипни епидемии и др.

ВИ. КОНФИДЕНЦИАЛНОСТ

Чл.28. Всички клаузи на индивидуалния договор, на приложенията и анексите към него са строго конфиденциални и страните се задължават да не разкриват никоя от договорните клаузи, както и всяка друга информация, станала им известна в следствие изпълнението му по отношение на организацията и дейността на страните, know-how, полезни модели, лична информация за служителите и всякаква друга информация, която може да се счете за конфиденциална, освен при изрично взаимно съгласие или когато страната сама я е направила общодостъпна или при изпълнение на законови разпоредби.

ВИИ. ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Чл. 29. Неразделна част от настоящите общи условия са:

1. Приложение 1 - Рекламни тарифи
2. Приложение 2 –Технически изисквания за излъчване на търговски съобщения.

Чл. 30. (1) Настоящите общи условия са изготвени в съответствие и ще се тълкуват съобразно българското законодателство.

(2) В случай на недействителност на клауза от настоящите условия, това няма да води до недействителност на останалите. Недействителната клауза се замества от повелителните норми на закона.

Чл.31. (1) В случай на противоречие между настоящите общи условия и клаузите на индивидуален договора приоритет ще имат последните.

(2) В случай на приети и подписани медия – планове, без да има предварително сключен индивидуален договор, подписаният медия – план ще се смята за валидно сключен писмен договор, за който се прилагат настоящите общи условия.

Настоящите общи условия са в сила от 05.03.2014 г., изменени с решение на изпълнителния директор от 10.12.2014 г., изм. с реш. на ИД от 01.01.2016 г.