78 TV

ОБЩИ УСЛОВИЯ
GENERAL TERMS

ОБЩИ УСЛОВИЯ ЗА ИЗЛЪЧВАНЕ НА ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ В ПРОГРАМАТА НА ТЕЛЕВИЗИЯ СЕДЕМ ОСМИ

I. Предмет и общи положения

Чл.1.(1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на търговски съобщения в програмата на телевизия Седем осми, наричана по-долу за краткост програма, която е собственост на „СТАТИС“ АД, със седалище и адрес на управление гр. София, р-н Триадица, пл. България №1, НДК, зала 12, вписано в Търговския регистър на Агенция по вписванията, с ЕИК: 833172830, в качеството му на доставчик на линейни медийни услуги по смисъла на Закона за радиото и телевизията (ЗРТ), наричано по-нататък за краткост ТЕЛЕВИЗИЯТА или Доставчик на медийни услуги.

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

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

(4) Общите условия и Тарифите на ТЕЛЕВИЗИЯТА са публични и достъпни на интернет страницата на ТЕЛЕВИЗИЯТА - www.sedemosmi.tv. ТЕЛЕВИЗИЯТА осигурява, безплатен достъп на рекламодатели/агенции до Общите условия и Тарифите.

(5) ТЕЛЕВИЗИЯТА има право, едностранно да променя Общите условия. Рекламодателите и агенциите, които имат сключени договори за излъчване на търговски съобщения с ТЕЛЕВИЗИЯТА, се считат уведомени за промените в Общите условия от датата на публикуването им на интернет страницата на ТЕЛЕВИЗИЯТА, на адрес: www.sedemosmi.tv. В случай, че в 14-дневен срок от публикуването на изменените Общи условия, не постъпи писмено възражение с направените промени, то изменените Общи условия ги обвързват и се прилагат при взаимоотношенията им с ТЕЛЕВИЗИЯТА.

(6) Правилото по ал.5 относно писменото несъгласие не се прилага в случаите, в които промените в Общите условия произтичат от промени в приложимото законодателство или от акт на компетентен орган.

Чл.2.(1) Специфичните условия, различни от тези, предвидени в Общите условия се уговорят в индивидуален договор, който се сключва с всеки рекламодател или агенция, при спазване на разпоредбите на ЗРТ и останалото приложимо законодателство, включително и административните актове, регламентиращи излъчването на търговски съобщения като лицензии, разрешения, удостоверения за регистрация и други, както и действащите решения и становища на Съвета за електронни медии или друг компетентен административен орган.

(2) В случай, че към датата на възлагане на излъчването на конкретен рекламен материал индивидуален писмен договор не е подписан между ТЕЛЕВИЗИЯТА и клиента, с възлагането за публикуване на съответния рекламен материал клиентът (рекламодател или агенция) се съгласява и приема настоящите Общи условия и се задължава да ги спазва. Потвърдената от двете страни заявка за реклама - медия план има силата на сключен индивидуален договор между страните (ТЕЛЕВИЗИЯТА и клиента).

GENERAL TERMS FOR TV COMMERCIAL COMMUNICATIONS BROADCASTING BY 7/8 TV

I. Subject and general principles

Art.1.(1) These General Terms regulate the broadcasting of TV commercial communications on the channel 7/8 TV, owned by STATIS AD, with registered legal address and headquarters at Sofia, Triaditsa district, 1 Bulgaria Square, National Palace of Culture, hall 12, UIN: 833172830, in his capacity as a provider of linear media services within the meaning of the Radio and Television Act (RTA), referred to hereinafter as "TELEVISION" or "Media Service Provider".

(2) Commercial communications within the meaning of Art. 1(1) are advertising spots (spots), sponsorship, sponsorship tags, teleshopping, product placement and other advertising forms that are legally allowed.

(3) The General Terms are binding for the TELEVISION and its Clients, including the Advertisers and Advertising/Media Agencies (hereinafter referred to as Agency/Agencies). The latter certify their consent and acceptance of the General Terms by signing an individual written contract for broadcasting of commercial communications in the TELEVISION's program, in which the implementation of the General Terms is explicitly stated. The individual contract and its necessary supplements are created according to a model suggested by the TELEVISION.

(4) The General Terms and of the TELEVISION are public and can be accessed on the TELEVISION' website – www.sedemosmi.tv. THE TELEVISION ensures a free access of the General Terms and Rate Card prices to the advertisers/agencies.

(5) THE TELEVISION has the right to amend the General Terms unilaterally. The advertisers and agencies that have signed a contract for the broadcast of commercial communications with the TELEVISION are considered informed about the changes made to the General Terms from the moment of their publication on the TELEVISION's website: www.sedemosmi.tv. If a written disagreement is not received within 14 days of the publication of the changed General Terms, the new General Terms are considered binding and shall be applicable in their relations with the TELEVISION.

(6) The rule mentioned in art.1.(5) that concerns the written disagreement is not applicable when the changes in the General Terms result from changes in the law or because of an act of a competent authority.

Art.2.(1) The specific conditions that differ from the ones provided in the General Terms are agreed upon in an individual contract, which is concluded with every advertiser or agency in accordance with the Radio and Television Act and the rest of the applicable law. This includes the administrative acts that regulate the broadcasting of commercial communications-like licenses, permissions, registration licenses, etc. as well as the current decisions and statement of the Council for electronic media or any other competent administrative authority.

(2) If an individual written contract is not signed between the TELEVISION and the client as of the date of the assigned broadcasting of a specific advertising material, the client (advertiser or agency) agrees to the General Terms and is obliged to comply to them with assigning the publication of the specific advertising material. The confirmed request for a commercial communications/media plan from both sides has the validity of a signed individual contract between the parties (the TELEVISION and the client).

Чл.3.(1) Търговски съобщения се излъчват от **ТЕЛЕВИЗИЯТА** по възлагане от рекламодател или агенция, срещу заплащане на възнаграждение, съгласно действащите Тарифи за излъчване на търговски съобщения в програмата, както и според условията в индивидуалния договор.

(2) При получаването на заявка за излъчване на търговски съобщения от рекламна агенция, същата следва а бъде придружена от възлагателно писмо, подписано от страна на рекламодателя. Възлагателно писмо се предоставя за всеки отделен клиент на агенцията. Образецът на възлагателно писмо е достъпен на интернет страницата на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**. Възлагателното писмо съдържа пълна информация за рекламодателя, рекламираната търговска марка, стока или услуга, предоставя се с първия медия план за излъчване на съответния рекламодател и действа за периода, изрично указан в него.

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

Чл.4.(1) **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, приема да излъчва търговски съобщения в програмата си, след ясно определяне на наименованието на търговската марка, продукта/услугата, обект на кампанията.

(2) Търговските съобщения следва да представят стоки/услуги или търговски марки, собственост само на съответния рекламодател, или такива, за които същият има отстъпени права на ползване/реклама, включително съгласно договор за изключителна лицензия по смисъла на **ЗМГО**, по силата, на който никой друг, включително собственика на марката/ите, не може да използва лицензираните марки/рекламираните стоки/услуги. Договорът за изключителна лицензия се счита за действащ, ако е вписан по надлежния ред в Държавния регистър при Патентното ведомство.

Чл.5.(1) С подписване на индивидуален договор страните определят лица за контакт, като задължително посочват електронна поща (e-mail) за кореспонденция. Страните се съгласяват, че всички действия по приемане, изпращане и съхранение на медия плановете за излъчване на търговски съобщения и свързаната с тях кореспонденция стават само по електронен път като електронни документи по смисъла на Закона за електронния документ и електронния подпис (**ЗЕДЕП**), чрез посочените в индивидуалния договор електронни пощи. Страните се съгласяват, че ако писмото/електронното изявление е произлязло от електронната поща на служител и/или представител на някоя от страните, то същото със сигурност съдържа валидно изпратено волеизявление от съответната страна по договора.

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

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

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

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

Art.3.(1) The commercial communications shall be broadcasted by the **TELEVISION** upon assignment by an advertiser or an agency against payment in compliance with the prices specified in the Rate Card for the broadcast of commercial communicationsin the program, as well as with the provisions set forth in the individual contract.

(2) The request for broadcasting of commercial communications made by an advertising agency has to be accompanied by an authorization letter, signed by the advertiser. An authorization letter has to be provided for each client of the agency. The model of the authorization letter can be accessed on the **TELEVISION**'s website. The authorization letter contains the details of the advertiser, the advertised brand, product or service and is provided with the first media plan for broadcasting of the respective advertiser and is applicable for the explicitly specified period.

(3) In case the agency concludes a frame contract for the broadcast of commercial communicationsin the **TELEVISION** on the basis on which more than one advertiser will be serviced, the agencies have to provide the written authorization letters for each of its clients.

Art.4.(1) The **TELEVISION** accepts to air commercial communications in its program after the name of the brand, product, service or other objects of the campaign are clearly defined.

(2) The commercial communications are to introduce the products/services or brands, which are the sole property of the respective advertiser or such, for which the latter has obtained the rights of use, including the agreements made in a contract for an exceptional license defined by The Trademarks and Geographic Symbols Act under which no one, including the owner of the brand/s cannot use the licensed brands/advertised products/services. The contract for an exceptional license is considered valid if it is duly registered in the State Register with the Patent Office.

Art.5.(1) By signing the 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 orders and Broadcasting schemes and any correspondence related to them shall only be done by e-mail as electronic documents within the meaning of the Electronic Document and Electronic Authentication Services Act 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) Regarding the time of sending and receipt of the electronic statement art.10 (2) according to the Electronic Document and Electronic Authentication Services Act shall apply and regarding place – art. 12. (2) and (3), (4) according to the provisions of the above-mentioned act.

II. TV commercial communications' content requirements Assignment and guarantees

Art.6.(1) Commercial communications shall be 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) С приемането на настоящите Общи условия рекламодателят и/или агенцията гарантират, че с излъчването на предоставените от тях търговски съобщения в програмите на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, не се нарушават правата на трети лица и в случай че възникнат подобни претенции, следва да ги удовлетворят изцяло и за своя сметка.

Чл.7.(1) Възлагането на кампания се извършва от рекламодателя и/или агенцията с потвърждаване на медия план, изпратен, чрез електронна поща до отдел Продажби на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, в срок, най-късно до 3 (три) пълни работни дни преди датата на първото излъчване по медия план. Електронната размяна на изявления и документи се извършва, в съответствие с чл. 5.

(2) Рекламодателят и агенцията гарантират пред **ТЕЛЕВИЗИЯТА** законосъобразността на заявените за излъчване търговски съобщения.

(3) За изпълнение на задължението по ал.2, преди да възложи за излъчване конкретно търговско съобщение в програмата, рекламодателят или агенцията гарантират пред **ТЕЛЕВИЗИЯТА** че:

1. Има законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да рекламира продукта/услугата или марката, чието търговско съобщение се възлага да бъде излъчено;
2. Има законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да използват за телевизионно излъчване включените в търговските съобщения графични и словни марки, рекламни девизи и послания, музикални, литературни и други защитени произведения, както и образите на лицата, рекламиращи продукта;
3. Изцяло е уредил взаимоотношенията си (включително по използването и имуществените), с авторите на търговските съобщения, предоставени за телевизионно излъчване и е уредил взаимоотношенията си с всички други носители на авторски и сродни права, чиито произведения и изпълнения са включени в търговските съобщения, в съответствие с изискванията на ЗАПСП и останалото приложимо българско законодателство;
4. Е получил от носителите на права по предходната точка или от съответните упълномощени от тях организации за колективно управление на права:

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

Б) Предварително е заплатил телевизионното излъчване по смисъла на предходната буква „А“ в програмата на **ТЕЛЕВИЗИЯТА.**

5. Е положил грижата на добър търговец, така че търговското съобщение, което се предоставя за излъчване, да е изработено в съответствие с:

- изискванията на ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ и останалото приложимо и относимо българско законодателство.

- Критериите за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитите на децата, разработени и приети от Съвета за електронни медии и Държавна агенция за закрила на детето;

(2) The advertiser and the agency guarantee that via the broadcasting of the submitted **TV** commercial communications on the channels no third parties' rights are violated and if any such claims arise, they shall fully compensate them at their own expense.

Art.7.(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 **TELEVISION's** Sales Department. The order shall be sent not later than 3 (three) full working days before the broadcasting date. The electronic exchange of statements and documents shall be carried out according to the stipulations of art. 5.

(2) The advertiser and the agency shall guarantee that the requested commercial communication are lawful to the **TELEVISION.**

(3) To fulfill the obligation according to the stipulations of (2), the advertiser or agency undertake the obligation before ordering the broadcast of a particular **TV** commercial communication to make sure that:

1. he has the legal, contractual or conceded in any other legal form right to advertise the product, service or brand subject to the respective commercial communication;
2. he has the legal, contractual or conceded in any other legal form right to use for **TV** broadcasting the graphic or verbal marks, slogans and messages, music, literary or other copyright protected works included in the commercial communication as well as the images of the persons advertising the product;
3. he has obtained full authorization pursuant to **CSRA** and all applicable Bulgarian laws (including those concerning usage and ownership) by the authors of the commercial communications submitted for **TV** broadcasting as well as by all other holders of copyright or related rights whose works and performances are included in the materials;

4. he has received from the right-holders mentioned in para 3 or from the respective authorized collecting societies:

A) all necessary permissions to use the objects of the copyright or related rights created for broadcasting on the Channels for all means of broadcasting, transmission and retransmission including by cable networks of third parties, and

B) has paid In advance for the broadcasting on the respective Channels in the meaning of letter A;

5. has taken care, as a good trader, for the **TV** commercial communications submitted for broadcasting to be produced in accordance with:

- the regulations of the Radio and Television Act, the Copyright and Related Rights Act, the Consumer Protection Act, the Trademarks and Geographical Symbols Act, the Competition Protection Act, the Health Act and all other applicable laws in Bulgaria
- 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 and adopted by the Council for Electronic Media and the State Agency for Child Protection;

- Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация";
- 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".

(4) Рекламодателят или агенцията гарантират, че представените на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** 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, чийто 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. Рекламодателят и агенцията гарантират, че в търговски съобщения за генетично модифицирани храни, не участват деца.

(5) Рекламодателят и агенцията се задължават да представят на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** за излъчване само търговски съобщения с предварително уредени права за излъчване. Всички претенции за нарушени чужди права и законни интереси се отнасят към рекламодателя. Рекламодателят, самостоятелно или посредством обслужващата го агенция, поема за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от гаранциите по ал. 2 и ал. 3 бъдат предявени каквито и да било претенции.

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

(2) Рекламодателят самостоятелно или посредством обслужващата го рекламна агенция се съгласява да обезщети **ТЕЛЕВИЗИЯТА** за всички и всякакви претенции от какъвто и да е характер, отправени от трети страни срещу **ТЕЛЕВИЗИЯТА** по повод възложените за излъчване търговски съобщения, включително, но не само, претенции свързани със ЗЗК, правата на личността, авторски и сродни права и права на интелектуална собственост и върху търговска марка. Рекламодателят самостоятелно или посредством обслужващата го рекламна агенция дължи обезщетение на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** за всякакви разходи, загуби или вреди, претърпени от нея, в резултат на каквито и да е предявени към нея претенции или съдебно или друго производство или предстоящо съдебно или друго производство във връзка с възложените за излъчване или вече излъчени търговски съобщения.

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

- Are produced in accordance with the National ethical rules for advertising and commercial communication, developed by the National Council for Self-Regulation;
- 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

(4) The advertiser and the agency guarantee that **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 children are not featured in any **TV** commercial communications for genetically modified foods.

(5) The advertiser and the agency shall only submit commercial communications to the **TELEVISION** whose broadcasting rights have been pre-arranged. All claims for violation of the rights of third parties are to be handled by the advertiser. The advertiser, on his own or through another agency, shall fully compensate them at their own expense if a violation of the guarantees stipulated in (2) and (3) cause any claims for violation.

Art.8.(1) In case the broadcasting of a **TV** commercial communication is considered by a regulating authority to be violating the effective legislation and this authority impose administrative punitive sanction, the advertiser and the agency jointly cover the sanction at their own expense and shall pay the same sanction to the **TELEVISION** within seven days from receiving the sanction.

(2) The Advertiser (solely or via the serving Advertising agency) agrees to indemnify the Television against all claims of any kind lodged by third parties to the Television with reference to the assigned commercial communications including but not limited to claims related to ComPA, individual rights, copyrights and similar rights and intellectual property rights and trademark ownership rights. The Advertiser (solely or via the serving Advertising agency) shall indemnify the Television for any costs, losses or damages suffered as a result of any claims brought against it or as a result of legal or other proceedings or future legal or other proceedings in connection with the commercial communications assigned or already aired.

(3) **TELEVISION** notifies the advertiser and the agency about the beginning of an administrative punitive procedure in due time by sending an e-mail statement according to the stipulations of art. 5 upon receipt of the authority's statement of establishment of the administrative violation.

(4) Рекламодателят и/или агенцията имат право да се включат чрез свой процесуален представител в административното и съдебното производство по съставен акт за нарушение, респективно издадено наказателно постановление от компетентен орган. Процесуалният представител, упълномощен от **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, в хода на административното и съдебно производство защитава и интересите на рекламодателя и/или агенцията. В случай че рекламодателят и/или агенцията не са се възползвали от правата си по смисъла на предходното изречение и не са упълномощили свой представител, последните не могат да се освободят от отговорност пред телевизията с аргумент че интересът им не е бил добре защитен от представителя на **ТЕЛЕВИЗИЯТА.**

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

1. Нарушение на действащото законодателство, включително нарушение на Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България, приети от Националния съвет по саморегулация;
2. Нарушение на задълженията, съдържащи се в административните актове, регламентиращи дейността на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, включително, свързани с излъчването на телевизионна реклама;
3. Налагане на санкции от трети страни (включително, но не само, притежатели на права, конкуренти, държавни и административни органи, Националния съвет по саморегулация и други подобни);
4. При предявяване на претенции от страна на трето лице, че излъчването на рекламата нарушава негови законни права и интереси – до представяне на доказателства от страна на рекламодателя, че не е налице нарушение.

(2) В случаите по ал. 1 **ТЕЛЕВИЗИЯТА** уведомява рекламодателя незабавно и може да излъчи търговски съобщения на рекламодателя, след подмяна на същите или представяне на доказателствата по ал.1, т.4.

При неотстраними и/или неотстранени нарушения по смисъла на предходните алинеи, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** не дължи връщане на авансово платени суми по реда на чл.23 или договорени в индивидуален договор.

III. Планиране и излъчване на търговски съобщения

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

1. Рекламодател и/или агенция;
2. Търговска марка, продукт или услуга, обект на кампанията, целева аудитория на кампанията;
3. Видеоматериал, който ще се излъчва - наименование на видеоклипа, времетраене;
4. Дата/дати на излъчване, час и брой излъчвания, съобразени с Тарифите и програмната схема;
5. Период на кампанията;
6. Остойностяване по Тарифа или съобразно условията по индивидуалния договор;
7. Отстъпки;
8. Дължима сума по схемата;
9. Прогнозен рейтинг.

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

(4) The advertiser and the agency have the right to assign their own court representative in the administrative punitive procedure and in the judicial proceeding against the respective authority's statement, if and insofar as such participation in the proceedings is possible under the applicable procedural law. If they choose not to assign a representative, they shall have no right to claim that their interests were not properly defended by the **TELEVISION**'s representative.

Art.9.(1) **TELEVISION** is entitled to refuse or stop an order for broadcast of commercial communication when by its estimation it considers appropriate not to broadcast the assigned commercial communication, when its broadcast or content, according to **TELEVISION**, can cause any of the following consequences:

1. Violation of the effective legislation, including violation of the National ethical rules for advertising and commercial communications in Bulgaria, developed by the National Council for Self-Regulation
2. Violation of the obligations contained in the administrative acts regulating the activity of the **TELEVISION**, including, related to the broadcasting of television advertising;
3. Imposed sanction from any third parties (including but not limited to any holders of rights, competitions, governmental and administrative authorities, etc)
4. Any claims laid by third parties against the broadcasting of the advertisement until evidence is presented by the advertiser, showing that there is no violation.

(2) In the cases referred to in para 1 the Television shall notify the Advertiser forthwith and thereupon may broadcast the commercial communications in question only after receiving the evidence stated in para 1 item 4, or may air different commercial communications for the prepaid amount. If the defects in the previous paragraphs are not remedied or are not subject to remedy, the Television is not obliged to pay back the advance paid according to Art. 23 or as agreed in the individual contract.

III. Planning and airing commercial commercial

Art.10.(1) Commercial communications are broadcasted on the basis of evaluated plans for broadcasting (media plans) that contain any or all of the elements below, depending on the type of the specific agreement:

1. Advertiser or/and the agency
2. A brand, product or service, object of the campaign, target audience of the campaign
3. Video material to be aired – name and duration of the video;
4. Date/dates of airing, time and number according to the Tariff and Channels' program grids;
5. Campaign period;
6. Pricing according to the Tariff or the individual contract provisions;
7. Discounts;
8. Amount due according to the schedule;
9. Forecasted rating.

(2) A sample Media plan containing all necessary data in the meaning of para 1 shall be drawn by the Television.

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

(4) Медия планът трябва да бъде подаден в **ТЕЛЕВИЗИЯТА** не по-късно от 3 пълни работни дни, преди първото излъчване на търговското съобщение по него. Телевизията следва да потвърди или да изпрати възражения/отказ по даден медия план в срок от един пълен работен ден след получаване на медия-плана.

(5) При забавяне на рекламна кампания по вина на **ТЕЛЕВИЗИЯТА,** същата се задължава да компенсира рекламодателя, като излъчи забавените излъчвания в равностойно рекламно време, след съгласуване с рекламодателя или агенцията.

(6) Краят на кампанията се съобщава на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** към момента на заявяването ѝ, включително в случай че се подава на части и/или излиза извън календарен месец.

Чл.11.(1) Излъчването на търговски съобщения става след сключен индивидуален договор с **ТЕЛЕВИЗИЯТА,** подаден и потвърден от клиента медия план, по реда на чл.5. Медия планът може да бъде подаден от клиента или изготвен от отдел Продажби на **ТЕЛЕВИЗИЯТА,** по параметри, зададени от клиента. Изготвянето на медия план от **ТЕЛЕВИЗИЯТА** за рекламодател не се заплаща допълнително.

(2) Промени по медия плана от страна на рекламодателя или агенцията и/или такива, направени от **ТЕЛЕВИЗИЯТА,** съгласно чл.10 ал.4, могат да бъдат заявени писмено най-късно до 2 пълни работни дни преди излъчването на съответното търговско съобщение. При неспазване на този срок **ТЕЛЕВИЗИЯТА** няма задължение да излъчи съответните търговски съобщения.

(3) **ТЕЛЕВИЗИЯТА** запазва правото си да прави промени по медия плана, поради промяна в програмната схема, за което при покупката на рекламно време на база цени по Тарифа е длъжна да уведоми предварително клиента, по реда на чл. 5, а при покупката на рекламно време на база фиксирани цени за рейтинг точка/по пакетни цени, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** има право да прави разместване на до 15% от общия брой излъчвания, заявени в съответствие с договорените условия между страните, без предварително съгласуване с рекламодателя или агенцията.

(4) При планиране на излъчванията, рекламните блокове, които се асоциират с дадено предаване са тези, които са разположени непосредствено преди (дори да е в различен часови пояс от този на предаването) и по време на съответното предаване.

(5) Отмяната на излъчвания от потвърдените медия планове от страна на рекламодателя или агенцията става без санкция за отменено излъчване/спиране на кампания, ако е направено с писмено предизвестие от най-малко 3 (три) пълни работни дни преди отмененото излъчване. Във всички случаи клиентът дължи заплащане на договорените търговски съобщения.

Чл.12.(1) Отдел Продажби на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** позиционира дадена кампания в програмната си схема след депозирането на необходимите документи, посочени в настоящите условия, като потвърждава медия плана с описани предавания, цени и отстъпки, имена и продължителност на клиповете и период на кампанията към

In case of irreversible and or/ unsolved violation, **TELEVISION** does not owe any return of costs payed in advance according to art. 23 or any part of the individual contract.рекламодателя или агенцията по електронна поща, съгласно описаното в чл.5.

(3) The media plan becomes an inseparable part of the individual written contract after its approval by an authorized agent of **TELEVISION** according to the stipulations of art. 5

(4) The Media plan shall be submitted to the Television not later than 3 full working days prior to the first airing of the commercial communication/advertising clip.

(5) If an advertising campaign is delayed as a fault of the **TELEVISION,** the latter commits to compensate the advertiser by broadcasting the delayed commercial communications in an equivalent advertising time after coordination with the advertiser or agency.

(6) The end of a campaign is declared to the **TELEVISION** at the time of its assignment, in case it is submitted in parts and when expended beyond a calendar month.

Art.11.(1) The airing of commercial communications occurs after a concluded individual contract with **TELEVISION,** submitted and confirmed by the client media plan in line with the stipulations of art. 5. The media plan can be filed by the client or prepared by the Sales Department of the Television according to the parameters set by the customer. The preparation of a media plan by **TELEVISION** for an advertiser incurs no additional charge.

(2) Any changes of the media plan made by the advertiser or agency and/or changes made by the **TELEVISION,** according to art.10 para 4. can be filed in a written format up until 2 (two) full working days before the airing of the respective commercial communications. Upon a failure to comply with the deadline **TELEVISION** has no obligation to air the respective commercial communications.

(3) **TELEVISION** reserves its right to make changes to the media plan due to changes in the broadcasting scheme for which it has the obligation to inform the advertiser in advance when the purchase of advertising time is made on the basis of the prices specified in the Rate Card, according to the procedure in art. 5. When a purchase is made on the basis of fixed prices per rating point/per package, **TELEVISION** has the right to reorder up to 15% of the total number of airings, requested in accordance with the agreed upon conditions between the parties without a prearranged agreement with the advertiser or agency.

(4) When planning the broadcasts, the commercial breaks associated with a certain program are the ones preceding the program (even if it is in a different time slot from the one of the program) and all that are interrupting it.

(5) Cancellation of airings part of the confirmed media plans by the advertiser or agency is not sanctioned for canceled broadcast/end of campaign if it is made in writing with at least a 3 (three) days' notice before the broadcasting date. In all cases the client owes the payment of the arranged commercial communications.

Art.12.(1) The Sales Department of **TELEVISION** commences the broadcasting of TV commercial communications as per the confirmed Broadcasting schemes after the necessary documents stated in the present General Terms have been deposited. After the deposition, the Sales Department positions the campaign and confirms the media plan with the describedprograms, prices and discounts, names and duration of the commercial communications and period of the campaign to the advertiser or agency via electronic mail according to the stipulations of art. 5

(2) В случай че ТЕЛЕВИЗИЯТА няма възможност да реализира медия плана, така както е изготвен от рекламодателя или агенцията, отдел Продажби изпраща своето предложение, за което изисква одобрение в рамките на 1 (един) работен ден от получаването му. Липсата на писмен отговор в този срок се счита за мълчаливо съгласие с предложението на ТЕЛЕВИЗИЯТА. Размяната на съобщения се извършва по реда на чл.5.
(3) В случай на липса на свободно рекламно време ТЕЛЕВИЗИЯТА, по своя преценка има право да откаже позиционирането на заявените търговски съобщения. Отдел Продажби на ТЕЛЕВИЗИЯТА съгласува преместването на търговски съобщения в друго предаване с рекламодателя или рекламната агенция по реда, уговорен в ал. 2.
Чл.13.(1) ТЕЛЕВИЗИЯТА продава рекламното си време:
1. по програма на база цени по действаща Тарифа;

2. по фиксирана цена на рейтинг точка;
3. по пакетни цени;
4. по специална цена за конкретно предаване;
5. по специални оферти, изготвяни от ТЕЛЕВИЗИЯТА.
(2) При покупка на рекламно време на база цени по действащи Тарифи планирането се извършва от рекламодателя, агенцията или по желание на рекламодателя от ТЕЛЕВИЗИЯТА.
(3) При покупка на рекламно време на база фиксирана цена на рейтинг точка/пакетни цени планирането се извършва от ТЕЛЕВИЗИЯТА.
(4) ТЕЛЕВИЗИЯТА продава рекламно време на принципа на обвързаност на цената със 100 процента гарантирани рейтинг точки за всички хора на възраст 25-54, всички 25-64 и жени 25-64. 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 реклама, при което реално постигнатите рейтинг точки се компенсират взаимно.
(5) Компенсации за недостигнати рейтинг точки се правят в рамките на рекламната кампания на един и същ продукт, услуга или марка.
(6) В случай на недостигнати рейтинг точки след края на кампанията, рекламодателят/ агенцията ще бъде компенсиран за недостигнатите платени рейтинг точки по реда на ал. 5. В случай, че в месеца, в който се компенсират недостигнатите платени рейтинг точки, е обявена официална промоция с бонусни излъчвания или такива се полагат на клиента, спрямо индивидуалния договор с него, то клиентът ще получи съответните бонусни излъчвания и върху недостигнатите платени рейтинг точки.

(7) В случай на обективна невъзможност за прилагане на компенсацията по ал. 6, е възможно прехвърляне на недостигнати рейтинг точки за друга кампания или клип на същия клиент, 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 ТЕЛЕВИЗИЯТА.
(8) В случай, че при покупката на рекламно време на база цени по действаща Тарифа програмата достави повече актуални рейтинг точки от тези, които са прогнозирани, заявени и гарантирани по съответната кампания, рекламодателят или агенцията не заплащат за допълнително акумулираните рейтинг точки, освен ако в индивидуалния договор е предвидено друго.

(2) In case the TELEVISION is unable to execute the media plan as it has been placed by the advertiser or the agency, the Sales Department sends its proposal, requesting approval within 1 (one) working day from its receipt. The lack of a written response within this term is considered a silent approval and consent with the TELEVISION's proposal. Exchange of messages is done according to the stipulations of art. 5.
(3) If there is a lack of available advertising time the TELEVISION has the right to decline the positioning of a commercial communications. The Sales Department coordinates a new positioning of the TV commercial communication into another program with the advertiser or the agency as stipulated in para. 3 above.
Art.13.(1) THE TELEVISION sells its advertising time:
1. on the basis of the prices according to the Rate Card of the program
2. based on a fixed price per rating point;
3. based on the price of a package;
4. based on a special price for a specific program
5. based on special offers, prepared by the TELEVISION
(2) With the purchase of advertising time based on prices specified in the Rate Cards the planning is done by the advertiser, agency or by the TELEVISION at the request of the advertiser.
(3) The purchase of advertising time based on the fixed price per raiting point/package price requires the planning to be done by the TELEVISION.
(4) THE TELEVISION sells its advertising time according to the principle of binding the price to a hundred percent guaranteed rating points for the target group All 25-54, All 25-64, and Women 25-64. The guarantee of rating points is based on the total final number of the ordered and paid rating points. These are respectively guaranteed for a campaign of the same product, service or trademark, for which the real achieved rating points shall be mutually compensated.
(5) Compensations for unsuccessful reach of the required rating points are fulfilled during the advertising campaign of the same product, service or trademark.
(6) In case the real rating points are less that the required ones after the campaign has ended, the advertiser/agency shall be compensated according to the stipulations of art. 5. In case an official promotion that contains broadcast bonuses is released in the month during which the unreached rating points have to be compensated, the advertiser shall receive the respective bonus airings on top of the unreached paid rating points. The same applies when the advertiser is owed bonus airings according to their individual contract with the TELEVISION.
(7) In case there is an objective reason that prevents the TELEVISION from fulfilling the compensation agreement from art. 6, any undelivered rating points can be transferred to a different campaign or a spot created for the same advertiser. This only applies when another advertisement of the product, service or trademark that uses the same spot is not planned until the end of the year. The compensation broadcasts are positioned by the TELEVISION.
(8) If the channels deliver more actual rating points than the ones bought on the basis of the prices in the current Rate card, the advertiser or the agency shall not pay the extra accumulated rating points unless indicated otherwise in the individual contract.

(9) В случай, че при покупката на рекламно време на база фиксирана цена на рейтинг точка програмата достави повече актуални рейтинг точки от тези, които са прогнозирани, заявени и гарантирани по съответната кампания, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** има право да свали необходим брой излъчвания от кампанията, без предварително съгласуване с рекламодателя или агенцията, до постигане на минимум рейтинг точките, които са гарантирани към рекламодателя. В случай, че бъдат постигнати повече актуални рейтинг точки от тези, които са прогнозирани, заявени и гарантирани по съответната кампания, рекламодателят или агенцията не заплащат за допълнително акумулираните рейтинг точки.

Чл.14.(1) При разпределението на търговски съобщения и при изготвяне на пакет, се съблюдават следните принципи:

1. Избягване претоварването както на рекламните блокове, така и на съответните предавания с рекламни блокове с цел доставяне на по-висока ефективност на търговските съобщения;
2. Поредност на заявките на клиентите към **ТЕЛЕВИЗИЯТА**;
3. Балансирано разпределение на присъствието на съответния рекламодател в програмата на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**.

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

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

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

Чл.15.(1) Екипът на отдел Продажби на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** изготвя разнообразни специални оферти за интегрирани предложения, които включват атрактивни елементи, целящи засилена асоциация с избрано от клиента предаване. Интегрираните предложения могат да се състоят от различни комбинации от тематични спонсорски заставки, кратки клипове, шапки реклама, оформление на декор, промо-анонси и др.

(2) Предложенията по ал.1 биха могли да включват и допълнително обвързване, чрез участие в промоционалната кампания на спонсорираното предаване, която би могла да включва активности в радио, преса, външна реклама, специални събития и други.

Чл.16.(1) При преценка от страна на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, че съдържанието на предоставено за излъчване телевизионно търговско съобщение противоречи на разпоредбите на ЗРТ и/или други приложими норми от действащото законодателство или публично известната регулаторна практика, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** не стартира излъчването му, независимо от потвърдения медия план, като уведомява незабавно рекламодателя или агенцията.

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

(9) If the channels deliver more actual rating points than the ones requested and guaranteed with the purchase of advertising time on the basis of the fixed price of rating points, the **TELEVISION** has the right to take down the necessary number of airings of the specific campaign without the need of a prior agreement with the advertiser or agency until the minimum agreed upon rating points are achieved. If more actual rating points than the ones requested and guaranteed for the campaign, the advertiser or agency shall not pay for the extra accumulated rating points

Art.14.(1) When allocating commercial communications and preparing a package, the following principles are enforced:

1. Advertising blocks shall not be overloaded and the respective programs shall not be overloaded with advertising blocks in order to increase the efficiency of the commercial communications;
2. The requests of the clients are attended to in the order they arrived;
3. A balanced distribution of the respective client's appearance in the **TELEVISION**'s program.

(2) The **TELEVISION** offers different promotional packages, as well as creating and broadcasting paid reports.

(3) The **TELEVISION** has a flexible policy for the usage of alternative advertising forms, when their broadcasting is not in conflict with the law, good practice and the respective program.

(4) The **TELEVISION** offers time for broadcast of commercial communications in all of its programs excluding those in which broadcasting of commercial communications is forbidden by the law.

Art.15.(1) The **TELEVISION**'s Sales Department team prepares various special offers for integrated proposals that include attractive elements. These elements aim to strengthen the association with the program chosen by the client. The integrated proposals may consist of various combinations of thematic sponsorship tags, short spots, break IDs, alternative advertising forms, set design, promos, etc.

(2) The integrated proposal may also include additional engagement through a participation in the promotional campaign of the sponsored program. This campaign might include activities in radio, press, outdoor advertising, special events, etc.

Art.16.(1) When the **TELEVISION** considers that the content of a certain commercial communications provided for broadcasting is in conflict with the stipulations of the Radio and Television Act or other applicable norms of the effective legislation or with the publicly known regulatory practice, the **TELEVISION** is entitled not to start its broadcasting regardless of the confirmed broadcasting scheme, and it shall immediately inform the advertiser or the agency.

(2) TV commercial communications, whose content in the **TELEVISION**'s judgment can be considered harmful to the physical, mental and moral development of minors and juveniles, 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) ТЕЛЕВИЗИЯТА позиционира телевизионни търговски съобщения на спиртни напитки само между 22.00 и 6.00 часа, когато прецени, че съдържанието им е такова, че представлява непряка реклама на спиртни напитки по смисъла на Закон за здравето (33) и не излъчва телевизионни търговски съобщения, за които преценява, че представляват пряка реклама на спиртни напитки по смисъла на Закона за здравето.
(4) Преценката на ТЕЛЕВИЗИЯТА във връзка с горните текстове се базира на нормите на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика, Кодекса за саморегулация при рекламирането на алкохолни напитки, изготвен и приет от АБРО и АРА, както и практиката на Националния съвет за саморегулация.
(5) Спонсорски заставки, чието съдържание не отговаря на законовите изисквания или публично известната регулаторна практика, следва да бъдат преработени или заменени.

(6) В случай че излъчването на търговско съобщение се прецени от Националния 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 приведе 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, ТЕЛЕВИЗИЯТА има право да преустанови излъчването на търговското съобщение, без това да се счита за неизпълнение на индивидуалния договор, като рекламодателят дължи заплащането на реално излъченото по кампанията за съответното търговско съобщение.
(7) ТЕЛЕВИЗИЯТА уведомява рекламодателя или агенцията своевременно за обстоятелствата по предходните алинеи.
(8) В случаите, упоменати в настоящия член, ТЕЛЕВИЗИЯТА не носи отговорност за евентуални последващи неблагоприятни последици за рекламодателя или агенцията като например допълнителни разноски за преработване на клипове и заставки и/или закъснение на кампания.
Чл.17.(1) ТЕЛЕВИЗИЯТА се задължава да излъчи всички потвърдени от нея търговски съобщения, съгласно одобрения медия план, освен ако:
1. Настъпят форсмажорни обстоятелства или значими събития, събития със значителен обществен интерес или събитията с важно обществено значение;
2. Бъде установено по надлежен ред, че с излъчването на търговските съобщения се нарушават ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, 33 или друго приложимо законодателство, съответно разпореждане на НСС. В този случай излъчването на търговски съобщения може да бъде спряно, без това да води до неблагоприятни последици за ТЕЛЕВИЗИЯТА, до приключване на производството по законовия ред.

3. ТЕЛЕВИЗИЯТА счете за целесъобразно спирането на вече потвърдени от нея търговски съобщения.
4. Други случаи, посочени в настоящите Общи условия.

(3) The TELEVISION positions 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 TELEVISION'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 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 at its own expense. If the advertiser refuses to comply with the decision of the National Council for Self- Regulation, the TELEVISION is entitled to stop the broadcasting of the TV commercial communication, which shall not be considered non-performance. If this occurs, the advertiser owes payment for the actual broadcast by the TELEVISION for the respective communication.

(7) The TELEVISION 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, delay of a campaign, etc.

Art.17.(1) TELEVISION shall 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 TELEVISION until the legal procedures are completed.
3. When the TELEVISION considers appropriate not to broadcast the assigned commercial communication
4. Other instances, outlined in the current General Sales Policy.

(2) По смисъла на настоящите Общи условия форсмажорни обстоятелства са: обявен режим "военно положение", режим "положение война" или друго извънредно положение, както и кризи от невоенен характер, като граждански вълнения, недостиг на суровини, природни бедствия, технически повреди при излъчването извън контрола на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, повреди в електрозахранването, влезли в сила актове на държавни органи, които забраняват излъчването на съответни търговски съобщения.

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

Чл.18.(1) В случай на пропуск в излъчването на търговски съобщения по одобрените от страните в договора медия планове, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** компенсира рекламодателя в програмите със същия брой излъчвания в размер и позициониране, равносилни 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 неизпълнение на индивидуалния договор от страна на **ТЕЛЕВИЗИЯТА.**

IV. Предоставяне на рекламни материали/търговски съобщения и документи

Чл.19.(1) Рекламните материали се предоставят на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** от рекламодателя или агенцията с качество, което е подходящо за телевизионно излъчване, най-късно два пълни работни дни преди датата на излъчване.

При изпълнение на това задължение агенцията, респективно рекламодателят, следва да изпрати придружително писмо до посочените съгласно чл.5 лица контакт, което да съдържа като минимум следната информация: сървър, име на файла/файловете, оформено според спецификацията - File Naming Structure, съгласно ал.2, на настоящия член.

(2) File Naming Structure:

(2) Within the meaning of the present General Terms "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 **TELEVISION**'s control. Other instances are electric power breakdowns, effective legal acts of State Institutions, according to which the broadcast of certain commercial communications is forbidden as well as any other unforeseen and/or unavoidable event or event/reason beyond the **TELEVISION**'s control.

(3). The **TELEVISION** shall provide an adequate technical quality of broadcasting but cannot guarantee the quality of receiving.

Art.18.(1) In case of omission in the broadcasting of **TV** commercial communications according to the Broadcasting schemes approved by the parties to the contract, the **TELEVISION** 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 **TELEVISION.**

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 working days prior to the broadcasting date. The agency, respectively to 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 as per the specification – File Naming structure according to para. 2 below.

(2) File Naming Structure:

VIDEO FILE FORMAT SPECIFICATION

Standard	**HD**
Common Name	**XDCAM HD 4:2:2**
Format name	**MPEG HD422**
Container	**MXF**
Video coding	**MPEG-2 422P@HL**
Bit depth	**8**
Color sampling	**4:02:02**
Display size	**1920x1080**
Resolution	**1920x1088**
Frame rate and scanning type	**50i (25Hz interlace), Top/Upper Field First**
Aspect Ratio	**16x9 - 4x3 Safe Area**
Video bit rate, Mbit/s	**50 (CBR)**
Video standard technical compliance	**ITU BT.709-5 (50 Hz)**
Audio coding	**PCM 8 ch/24 bit/48 kHz**
Audio Level	**Ref: -18dBFS; Max Peak: -9dBFS, EBU R-128**
Audio SNR	**>60 db (during full silence) / Ref: - 9dbFS**
Audio transfer bandwidth	**20 Hz – 20 kHz flat**
Audio Configuration	**CH1&2 - Stereo mix down** **CH3&4 - M&E** **CH5-CH8 – Silence**
Start Time-Code	**00:00:00:00**

(3) В случай на желание от страна на рекламодателя или агенцията за замяна на клип, същото следва да бъде заявено писмено към отдел Продажби на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, като освен информацията по предходната алинея, следва да се посочи допълнително:
1. Име на клип за замяна;
2. Времетраене;
3. Период на излъчване на заменящия клип.

(4) При промяна на рекламен материал по предходните алинеи, рекламодателят/ агенцията следва да изискват потвърждение от **ТЕЛЕВИЗИЯТА**. При липсата на потвърждение по смисъла на предходната алинея, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** не носи отговорност за допуснати грешки.
(5) **ТЕЛЕВИЗИЯТА** не носи отговорност за допуснати неточности при излъчване на търговски съобщения, в случай че посочените във спецификацията и медия плана (по чл.10, ал.1, т.3 и по чл.19, ал.1, 2, 3 и 4) наименования са неточни и/или не съвпадат и/или е налице дублиране на наименования с предходни заявки, или изобщо липсва посочено наименование на клипа, или в други подобни случаи, както и ако липсва спецификацията по ал.2.
Чл.20(1) Рекламодателят/агенцията се задължават, при поискване от **ТЕЛЕВИЗИЯТА** да предоставят на доказателства, касаещи съдържанието и правата на предоставения за излъчване рекламен материал.
(2) В случай, че рекламният материал съдържа защитена музика, рекламодателят и агенцията гарантират, че са придобити и заплатени синхронизационните права за всяка музика, съдържаща се в рекламния материал.
(3) В случай, че рекламният материал е на език, различен от български рекламодателят или рекламната агенция **ТЕЛЕВИЗИЯТА** се задължават да представят рекламния материал със субтитри или превод на български език.
(4) Търговските съобщения за стоки и услуги, чието производство или търговия подлежат на лицензионен режим, съгласно чл.9, ал.1, т.2 от Закона за ограничаване на административното регулиране и административния контрол върху стопанската дейност или за чиято реклама се изисква разрешение, могат да бъдат включвани в медийни услуги само след предоставяне от рекламодателя или агенцията на съответния лиценз или разрешение.

V. Цени за излъчване на търговски съобщения. Начини на плащане
Чл.21.(1) Цените за излъчване на търговски съобщения се определят в действащи тарифи на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**, които се публикуват на интернет страницата на **ТЕЛЕВИЗИЯТА**.

(2) Тарифите могат да бъдат променяни, като за вече сключени договори новите цени влизат в сила две седмици след оповестяването на новата тарифа, ако тарифата предвижда завишение на цените.
(3) При заявена и предплатена вече рекламна кампания, цените за излъчване, след обявяването на нова тарифа, съответно:
1. Не се променят, ако новата тарифа е с по-високи цени от предходната.
2. Променят се към по-ниски цени, ако новата тарифа е с по-ниски цени от предходната, като **ТЕЛЕВИЗИЯТА** излъчва допълнителна реклама за предплатената и неусвоена поради намалението на цените реклама, по съгласуван с рекламодателя или агенцията медия план.

(4) На промяна не подлежат цените за излъчване на реклама, която е договорена по фиксирана тарифа в предварително подписан договор между **ТЕЛЕВИЗИЯТА** и рекламодетеля или агенцията.

(3) In case of substitution of an advertising material, the following should be declared in writing to the respective Sales executive representative:

1. Name of the material to be substituted;
2. 2. Duration;
3. Broadcasting period of the substituting advertising material.
(4) In case of change of an advertising material, the agency/advertiser has to require a confirmation by the **TELEVISION**. If such confirmation is missing, the **TELEVISION** cannot be held responsible for eventual mistakes.

(5) The **TELEVISION** shall not be responsible for any mistakes in the commercial communications' broadcasting, if the order template forms (under art. 9, para. 1) 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) The advertiser/agency shall submit evidence, which concerns the content and the rights of the submitted for broadcast advertising material, when asked to do so by the **TELEVISION**.
(2) If the advertising material contains copyright music, the advertiser and/or agency guarantee that the rights the music in the advertising material have been obtained and paid for.

(3) The **TELEVISION** shall add subtitles or translation to any advertising material created in a different language than Bulgarian.

(4) Commercial communications for products or services, whose production or trade are subject to any licensed regimes can be added to the media services only after the advertiser or agency provides the necessary license or approval, according to art. 9 para 2. Of the law on Restriction of Administrative Regulation and Administrative Control over Economic Activity or any other approval needed.

V. Prices for broadcasting commercial communications. Methods of payment
Art.21.(1) The prices for broadcasting commercial communications are determined according to the current Rate cards of the **TELEVISION**, published on the **TELEVISION**'s website.

(2) The Rate Cards are always subject to change, where the new prices for concluded contracts shall be enforced two weeks after the new Rate card is announced if there is a rise in the prices.
(3) With any requested and prepaid advertising campaign, the prices for broadcast after the announcement for the new Rate card, accordingly:
1. shall not change if the prices of the Rate Card are higher than those of the previous one;
2. Shall be changed to lower prices if the new Rate Card contains lower prices, as the **TELEVISION** broadcasts an additional advertisement for the prepaid and not broadcasted advertisements due to the lower prices, according to a prior agreement with the advertiser or agency and their respective broadcasting scheme.
(4) Prices for broadcasting of an advertisement, agreed upon with a fixed Rate card in a contract signed in advance between the **TELEVISION** and the advertiser and or/agency, are not subject to change.

Чл.22.(1) ТЕЛЕВИЗИЯТА определя брутни цени на рейтинг точка в програмата на **7/8ТВ.** Цените ще бъдат прилагани към гарантираните рейтинг точки за всяко едно предаване от тарифата за съответния месец от годината, която ще бъде публикувана на интернет страницата на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** най-късно една седмица преди началото на месеца. Цените са формирани на база цени за **30** секунден клип. Неразделно приложение към Тарифата/ите е коефициентна скала за изчисление на цената на различни от **30** сек. дължини на рекламни форми. 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.
(2) Според маркетингова цел на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** тя оферира на рекламодателите/агенциите специални рекламни пакети в зависимост от аудиторията и обема на инвестицията им.
(3) Всички клиенти на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** имат право да получат отстъпки в съответствие с действащата Търговска политика на **ТЕЛЕВИЗИЯТА,** които се прилагат при подписване на индивидуален договор за излъчване на телевизионни търговски съобщения между **ТЕЛЕВИЗИЯТА** и рекламодател и/или агенция.
(4) При желание за излъчване на съвместна реклама на продукти на различни рекламодатели в един рекламен клип, във фиксиран рекламен блок или фиксирано място в рамките на рекламен блок рекламодателят/агенцията заплаща завишение на цената, съгласно действащата Търговска политика на **ТЕЛЕВИЗИЯТА.**
Чл.23.(1) Плащането на рекламна кампания се извършва **100%** авансово до два работни дни преди старта на кампанията.
(2) ТЕЛЕВИЗИЯТА не започва излъчването/спира излъчването кампания при неспазването на договорените условия за плащане.

VI. Спиране на рекламна кампания
Чл.24.(1) ТЕЛЕВИЗИЯТА има право временно да спре излъчването на търговско съобщение без заплащане на обезщетения и неустойки, когато получи доказателства - документи, че с неговото излъчване се нарушават права на трети лица или е налице някое от обстоятелствата по чл.**9,** ал. **1** и/или чл.**17,** ал.**1.**
(2) За прекратяването по ал.**1 ТЕЛЕВИЗИЯТА** уведомява незабавно рекламодателя или агенцията по реда на чл. **5** и предоставя информация на каква база приема излъчването за незаконно.
(3) Ако по надлежен ред бъде доказано, че претенциите на третите лица са неоснователни или че обстоятелствата по чл.**9,** ал.**1** и/или чл.**17,** ал.**1** не са настъпили, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** възобновява излъчването на търговските съобщения.
В случай, че по надлежен ред бъде доказано, че претенциите на третите лица са основателни или че обстоятелствата по чл.**9,** ал.**1** и/или чл.**17,** ал.**1** са настъпили, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** не дължи връщане на авансово платени суми по реда на чл.**23** или договорени в индивидуален договор.

Чл.25. ТЕЛЕВИЗИЯТА може да спре временно излъчването на рекламна кампания и при условията на чл.**23,** като възстанови излъчването й след ефективното получаване на дължимото плащане.

Чл.26. При спирането на рекламна кампания по вина на клиента и неспазване на сроковете по чл.**11** ал.**5,** той дължи на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** неустойка в размер на **5%** от стойността на неизлъчената реклама.

Art.22.(1) The TELEVISION defines gross prices per rating point for the channel **7/8 TV.** The prices shall apply to the guaranteed rating points for each program in the Rate card for the respective month of the year. The Rate card shall be published at least one week before the beginning of the respective month. The prices are defined on the basis of the price of a **30** second spot. The Rate Card/s is a coefficient scale for calculating the price of any advertising forms with durations different from **30** seconds. The prices of broadcasts 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.
(2) According to the marketing goal of the **TELEVISION,** it offers its advertisers/agencies special advertising packages that correspond to the audience and the size of the investment.
(3) All of the **TELEVISION**'s clients have the right to receive discounts in accordance with the current sales policy of the **TELEVISION.** The discounts are applied after signing an individual contract for the broadcasting of commercial communications between the **TELEVISION** and the advertiser and/or agency.
(4) The advertiser/agency shall pay the increase in price when there is a request for the broadcast of one advertising clip, fixed advertising spot or a fixed spot during an advertising spot, when any of them contains a co-advertising of products that belong to different advertisers, according to the current Sales Policy of the **TELEVISION.**
Art.23.(1) The payment of the advertising campaign is processed **100%** in advance up to **2** (two) working days before the start of the campaign.
(2) The **TELEVISION** shall not start/stop the broadcasting of the campaign upon any failure to comply with the conditions of the payment.

VI. Termination of an advertising campaign
Art.24.(1) The **TELEVISION** has the right to temporarily suspend the broadcasting of a **TV** commercial communication without owing any compensations and penalties, in case it receives evidences that the broadcasting violates third parties' rights or that one of the circumstances according to art. **9** para. **1** and/or art. **17,** para. **1.**
(2) For termination under para. **1,** the **TELEVISION** immediately notifies the advertiser or the agency and provides information on the reasoning behind of the broadcast's suspension.

(3) If the third parties' claims are duly proved to be groundless or that the circumstances under art. **9** para.**1** and/or art **17,** para. **1** have not occurred, the **TELEVISION** resumes the broadcasting of the suspended **TV** commercial communications.
If the third parties' claim are proved to be legitimate or the circumstances under art. **9** para.**1** and/or art **17.,** para. **1** have occurred, the **TELEVISION** does not have to return the payments made in advance under the stipulations of art. **23** or those agreed upon in the individual contract.

Art.25. The **TELEVISION** also has the right to temporarily suspend the broadcasting of a **TV** commercial communications under the stipulations of art. **23** by resuming the broadcasting after receipt of the due payment.

Art.26. If a campaign is terminated because of the customer and inability to comply with the due date under art. **11** para. **5,** the customer shall pay to the **TELEVISION** a default payment to the amount of **5%** of the price of the unaired advertisement.

VII. Рамков договор с рекламна агенция/агенции
Чл.27.(1) Рекламна агенция, която обслужва повече от един рекламодател, има възможност да сключи договор с ТЕЛЕВИЗИЯТА с обща годишна бюджетна гаранция за излъчване на търговски съобщения на рекламодателите, клиенти на агенцията, в програмата на ТЕЛЕВИЗИЯТА.

(2) ТЕЛЕВИЗИЯТА има право да даде възможност на агенциите, които принадлежат към една и съща група от дружества или са свързани по смисъла на ал.3 по-долу, да сключат общо като страна рамков договор с ТЕЛЕВИЗИЯТА, с обща годишна бюджетна гаранция за излъчване на търговски съобщения на рекламодателите - клиенти на някоя от тези агенции, в програмата на ТЕЛЕВИЗИЯТА.
(3) Приема се, че рекламни агенции принадлежат към една и съща група от дружества или са свързани по смисъла на настоящите Общи условия, ако е изпълнено едно от следните условия
А. Една агенция (или дъщерно дружество на тази агенция, в което тя има мажоритарно участие) притежава повече от половината от дяловете /акции от капитала на друга агенция;
Б. представляват свързани лица по смисъла на §1 т.6 или т.7 от допълнителните разпоредби на Търговския закон.

VIII. Сертификати
Чл.28. ТЕЛЕВИЗИЯТА издава сертификат, удостоверяващ излъчванията на рекламната кампания до 15 работни дни, след края на календарния месец, в който е осъществено последното излъчване по съответния медия план.

IX. Рекламации
Чл.29.(1) При рекламация от страна на рекламодателя или агенцията, относно излъчването на търговските съобщения, ТЕЛЕВИЗИЯТА се задължава да предостави копие от видеозаписите на излъчените търговски съобщения, които се проверяват в офисите на ТЕЛЕВИЗИЯТА в присъствието на представители на страните, за което се съставя протокол.

(2) Срокът за предявяване на рекламация трябва е не по-късно от 3 (три) месеца, считано от началото на излъчването на съответната кампания. В случай на закъсняла рекламация, ТЕЛЕВИЗИЯТА не дължи компенсации.
(3) В случай на недоказана рекламация, ТЕЛЕВИЗИЯТА не дължи компенсация.

X. Срок и прекратяване на договорите за излъчване на търговски съобщения
Чл.30.(1) Срокът се определя в индивидуалния договор.
(2) Договорът се прекратява с изтичане на определения в него срок. Договорът може да бъде прекратен преди изтичане на срока, по взаимно писмено съгласие на страните, като последиците от предсрочното прекратяване се уреждат в подписан от страните нарочен протокол.

Чл.31.(1) Договор за излъчване на търговски съобщения може да бъде развален от всяка от страните по него при спазване на условията и реда, предвидени в ЗЗД.
(2) Договор за излъчване на търговски съобщения може да бъде развален от ТЕЛЕВИЗИЯТА незабавно при системно неизпълнение на задълженията за плащане от страна на рекламодателя или рекламната агенция. "Системно" по смисъла на тези Общи условия е два или повече пъти за срока на индивидуалния договор.

VII. Framework contract with advertising agency/agencies
Art.27.(1) Advertising agency that services more than one advertiser, shall be enabled to conclude a framework contract with the TELEVISION with a total annual budget guarantee for broadcasting TV commercial communications of the advertisers, which are clients of the agency on TELEVISION's channels.
(2) In the event that two or more advertising agencies belong to the same group of companies or are materially related within the meaning of para 3 below, the TELEVISION may enable the agencies to conclude jointly as a party a framework contract with the TELEVISION with a total annual budget guarantee for broadcasting TV commercial communications of the advertisers - clients of any of these agencies on the TELEVISION's channels.
(3) Advertising agencies belong to the same group of companies or are materially related within the meaning of the current general policy if one of the following is applicable:

A. One agency (or a subsidiary of this agency, in which it has major influence) own more than half of the stocks/shares of the capital of another agency;

B. Represent related parties under the stipulations of l. 6 or l.7 from the additional regulations of the Sales law.

VIII. Certificate
Art.28. The TELEVISION issues certificates attesting the broadcasting of the advertising campaign. The certificate is issues in up to 15 days after the end of the month, during which the last broadcast of the Broadcasting scheme was aired.

IX. 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 TELEVISION shall submit a copy of the video(s) of the broadcasted TV commercial communication(s). THE videos which shall be checked on the premises of the TELEVISION in the presence of representatives of the 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 TELEVISION owes no compensations in case of a delayed claim.

(3) If the claim is not accepted or justified, the TELEVISION owes no compensation.

X. Term of broadcasting and termination of the contracts for broadcasting of TV commercial communications
Art.30.(1) The term is defined in the individual contract.
(2) The contract is terminated with the expiration of its term. 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 the termination agreement signed between the parties or in an explicit protocol signed by the parties.
Art.31.(1) A contract for broadcasting of TV commercial communications can be terminated by either party when following the policies and order with accordance to the law.
(2) The TELEVISION may rescind the contract in case of systematic failures of the advertiser or the agency to execute any contract payment obligation. "Systematic" in the current policy refers to failure to execute twice or more times during the term of the individual contract.

XI. Конфиденциалност

Чл.32.(1) Съдържанието и договореностите по всеки индивидуален договор са достояние само на страните по него и са конфиденциална информация.

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

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

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

Чл.33. Всяка от страните по договор за излъчване на търговски съобщения се задължава да не разпространява конфиденциалната информация на трети лица под каквато и да било форма, както и да изисква от служителите си и подизпълнителите си спазване на същите ограничения за конфиденциалност.

Чл.34. За нарушаване на условията за конфиденциалност неизправната страна дължи на изправната неустойка, в размер на **2%** (две на сто) от стойността на заявената рекламна кампания/договор, но не по-малко от **5 000** лв. без **ДДС.** При настъпили вреди в по-голям размер от уговорената неустойка, **ТЕЛЕВИЗИЯТА** запазва правото си да претендира реално претърпените вреди, които надвишават неустойката по съдебен ред.

XII. Недействителност

Чл.35. Страните декларират, че в случай че някоя/-и от клаузите на настоящите Общи условия се окаже/-ат недействителна/-и, това няма да води до недействителност на индивидуалния договор, на други клаузи или части от Общите условия. Недействителната клауза се замества от повелителните норми на закона.

XIII. Приоритети

Чл.36. В случай на противоречие между клаузи на различните документи, които съставят договора в неговата цялост, предимство имат клаузите на документите в следната последователност:

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

Чл.37. За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

Чл.38. 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.

XIV. Допълнителни разпоредби

Чл.39. По смисъла на настоящите Общи условия:

1. ТЕЛЕВИЗИЯТА е **7/8 ТВ**
2. Клиент е юридическо лице-рекламодател и/или агенция.
3. Програма е телевизионната програма, собственост на **„Статис“ АД.**

XV. Преходни и заключителни разпоредби

§1. Настоящите Общи Условия са утвърдени от Съвета на директорите на **„Статис“ АД** на **16.12.2024г.**, публикувани са на интернет страницата на **ТЕЛЕВИЗИЯТА** на адрес: **www.sedemosmi.tv** на **20.12.2024г.**, и влизат в сила в деня публикуването им на интернет страницата.

XI. Confidentiality

Art.32.(1) The content and agreements contained in any individual contract are disclosed only to the respective parties and shall be considered confidential information.

(2) Confidential information is defined as anything connected to the organization and its business practices of either party, their know-how, practical experience, helpful models, personal data of its employees.

(3) Any information that the party announces as non-confidential or has made public shall not be considered confidential.

(4) Providing competent authorities with information requested by them due to legal reasons shall not be considered as releasing confidential information.

Art.33. All the parties included in the contract undertake not to disclose information that is a trade secret to third parties in any form. The parties must not request such information to be disclosed by any of their employees, as they should oblige to the same laws of protecting confidential information.

Art.34. For violation of any of the obligations the delinquent party owes the correct party a penalty in amount of **2%** (ten percent) of the contract value, but not less than **BGN 5000** (five thousand). If the amount of the damages is bigger than the agreed penalty, the **TELEVISION** reserves its right to claim all damages – losses incurred and lost profits beyond that amount.

XII. Invalidity

Art.35. The parties declare that if one or more of the clauses of these General Terms and/or of the contract are invalid this shall not result in the invalidity of the other clauses of the contract and/or the General Terms. The invalid clause shall be replaced by the imperative legislation norms.

XIII. Priorities

Art.36. 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 Terms.

Art.37. The effective legislation of the Republic of Bulgaria shall be applicable for all unsettled issues.

Art.38. All arguments related to the interpretation and implementation of the individual and framework contracts and the present General Terms 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 in Sofia.

XIV. Additional policies

Art.39. Under the present General Terms :

1. The **TELEVISION** is **7/8 TV**
2. Customer is a legal entity-advertiser and/or agency.
3. Program is the television program, property of **“Statis” AD**

XV. Final provisions

§1. The current General Terms are approved by the board of directors of **“Statis” AD** on **16.12.2024г.**, and published on the **TELEVISION’s** website at **www.sedemosvi.tv** on **20.12.2024г.**,. The present General Terms are effective as of the day of their publication on the website.