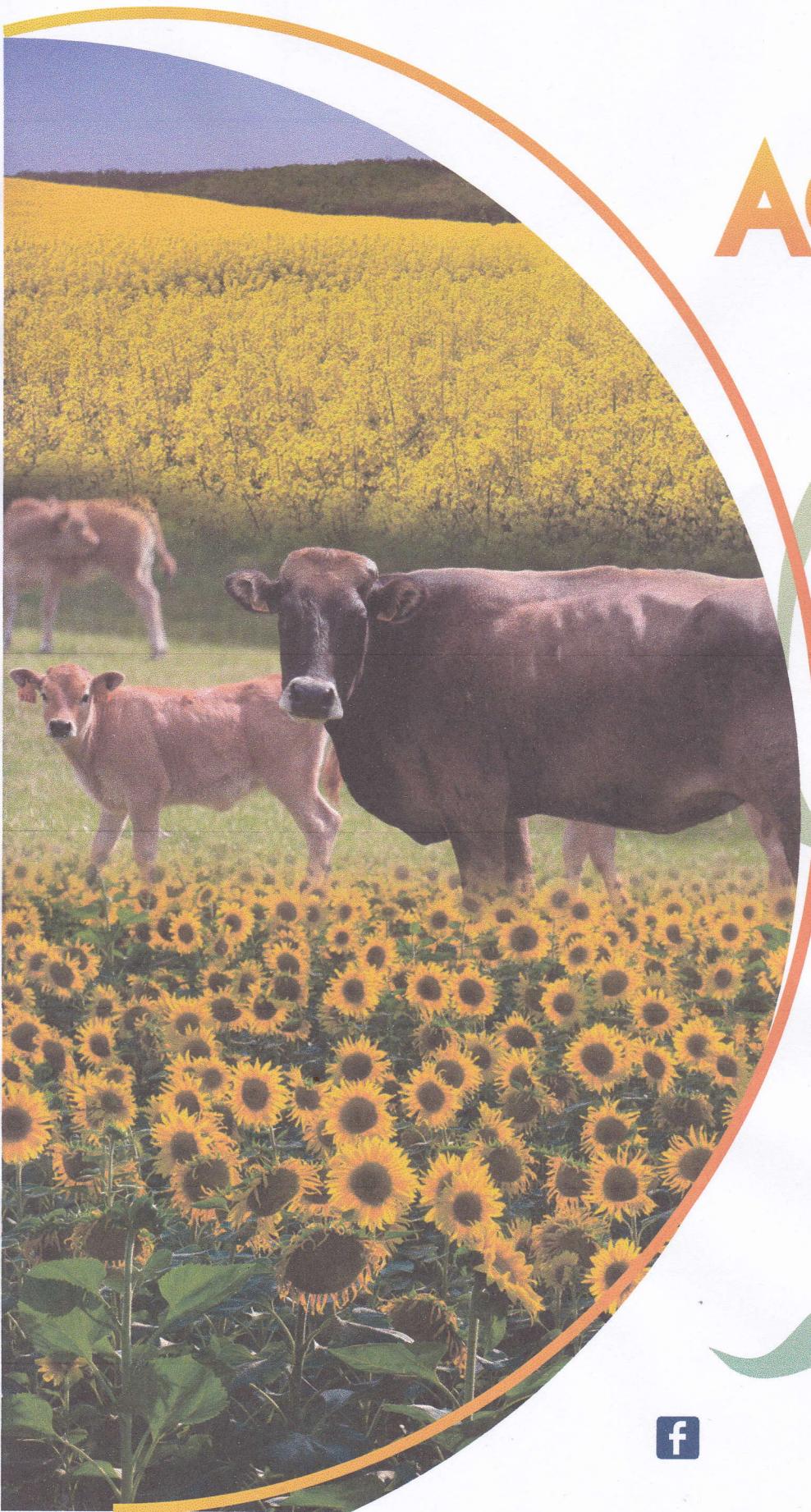


ОБЩИ УСЛОВИЯ

За излъчване на телевизионни търговски съобщения
в програмата на „АгроТиВи“ ЕАД



ОБЩИ УСЛОВИЯ

За излъчване на телевизионни търговски съобщения в програмата на „АгроТи Ви“ ЕАД

I. Общи регламенти и предмет

Чл. 1. (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на телевизионни търговски съобщения в телевизионна програма АГРО ТВ (AGRO TV) и други програми, в случай че бъдат създадени, наричани по-долу общо „програми“ и по отделно „програма“, които са собственост на „АгроТи Ви“ ЕАД, по-нататък за краткост „МЕДИЯТА“ или „Доставчикът на медийни услуги“.

(2) Общите условия са задължителни за МЕДИЯТА и нейните клиенти, в това число рекламиодателите, реклами и медиа агенции (общо според контекста наричани „агенция/и“ или „рекламна/и агенция/и“). Последните удостоверяват съгласието си с Общите условия с подписа си под индивидуален писмен договор или с възлагането за излъчване на телевизионно търговско съобщение.

Чл. 2. (1) Телевизионните търговски съобщения се излъчват след възлагане на рекламиодател срещу възнаграждение, определено съобразно действащите Тарифа на програмата/те, както и според клаузите на индивидуалния договор.

(2) Телевизионните търговски съобщения следва да представлят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на клиента на МЕДИЯТА, или такива, за които същият има отстъпени права на ползване съгласно договор за изключителна лицензия по смисъла на ЗМГО, по силата, на който никой друг, включително собственикът на марката/ите, не може да използва лицензираните марки. Договорът за изключителна лицензия се счита за действащо доказателство по настоящия договор, ако е вписан по надлежния ред в Държавния регистър при Патентното ведомство.

(3) В случай че бъдат рекламирани заедно повече от една марка, услуга или продукт на различни рекламиодатели, се заплаща завишение с коефициент по Чл. 16 от настоящите условия.

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

(2) По отношение на работа с МЕДИЯТА, свързана с планирането, позиционирането и излъчването на търговските съобщения в програмата и с тяхното заплащане, всеки Рекламиодател може да ползва посредничеството на рекламна агенция или медиа агенция.

(3) В случай че страни по индивидуалния договор са рекламиодател и/или рекламна агенция, и/или медиа агенция, рекламиодателят, рекламиата агенция и медиа агенцията са солидарно отговорни за плащанията, обезщетенията и неустойките дължими по договора.

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

Чл. 4. (1) Рекламна или медиа агенция, която сключи с МЕДИЯТА рамков договор, чрез който ще бъдат обслужвани повече от един неин клиент, следва да депозира в МЕДИЯТА писмен документ (възлагателно писмо), подписан от агенцията и клиента за всеки отделен клиент, чрез който се възлага осъществяването на рекламна дейност и провеждането на рекламни кампании в телевизионната програма от името на съответния клиент. Образец на възлагателно писмо, което следва да се представи от Агенцията до МЕДИЯТА преди началото на съответната кампания, е неразделна част от настоящите Общи условия.

(2) Във възлагателното писмо съгласно чл. 4 (1) задължително трябва, да бъдат указаны търговските марки и продуктите, предмет на рекламиране, както и срокът на провеждането на кампанията. Образец на възлагателно писмо, което следва да се представи от Агенцията на вниманието на МЕДИЯТА преди началото на съответната кампания е неразделна част от настоящите Общи условия.

Чл. 5. (1) МЕДИЯТА продава рекламното си време на принципа на обвързаност на цената със сто процента гарантиран рейтинг и обхват на специализираната селскостопанска аудитория в България за следните целеви групи: 18-49, W25-54, M18-49. Гарантирането на рейтинг е на база общ краен брой заявени платени и респективно гарантирани обхват на база измерване с IP модул за излъчване по ефир, кабел и интернет stream в сайта на АГРО ТВ (www.agrotv.bg).

(2) Към измерването на общият достигнат рейтинг на дадено рекламирано съдържание и кампания се включва и достигнатите зрители/читатели чрез интернет платформите и канали в социалните мрежи на АгроТВ и групата сродни медийни продукти.

(3) Компенсации за пропуснати/не излъчени реклами форми се правят в рамките на рекламиата кампания на един и същ продукт, услуга или марка. Краят на кампанията се съобщава на МЕДИЯТА към момента на заявяването й, в случай че е подадена на части и когато излиза извън календарен месец. В случай на необходимост от компенсация след края на кампанията:

1. клиентът ще бъде компенсиран 100% за не излъчените реклами форми в програмата на МЕДИЯТА.

2. прехвърлянето на компенсации от програмата на АГРО ТВ към друга медиа от семейството на АГРОМЕДИЯ ГРУП се урежда писмено между страните и е на база действащите към момента на подписване на споразумението, цени за реклама на съответната медиа.

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

(5) МЕДИЯТА продава рекламираното си време, като предлага възможност за покупка на пакети по преференциални цени, регламентирани в действащата тарифа за съответните часови пояси на програмата.

(6) Разпределението на клиповете на Рекламодателя, което МЕДИЯТА прави при изготвянето на пакет, се определя от следните критерии:

1. спазване принципа на равнопоставеност за всички клиенти на МЕДИЯТА съобразно параметрите на техните индивидуални договори;
2. запазване интереса на Рекламодателя с оглед избягване на съвместното му представяне с конкурентни марки, както и представянето му в по-малко натоварени реклами блокове;
3. избягване претоварването както на реклами блокове, така и на съответните предавания с реклами блокове с цел доставяне на по-висока ефективност на търговските съобщения;
4. поредност на заявките на клиентите към МЕДИЯТА;
5. балансирано разпределение на присъствието на съответния Рекламодател в програмата на АГРО ТВ.

(7) АГРО ТВ предлага на клиентите си и пакети на принципа Total Rotation ("Пълно завъртане"), при които не се гарантира цялостен обхват на аудиторията.

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

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

(10) По смисъла на настоящите общи условия и договорите гаранцията за бюджет за излъчване на телевизионни търговски съобщения не включва в себе си гаранция за бюджет за излъчване на продуктова позициониране. Бюджетът за излъчване на продуктова позициониране се уговоря изрично между Медията и клиента, като това може да бъде заложено, както в отделен договор, така и в рамков годишен договор за реклами и търговски съобщения, в отделна точка, която упоменава предаването, в което се предвижда продуктовото позициониране.

(11) Като част от обслужването на своите клиенти отдел "Продажби" на МЕДИЯТА издава сертификати, удостоверяващи излъчванията от всяка отделна кампания и/или период от договора, в програмата на МЕДИЯТА, в два оригинални екземпляра - по един за всяка страна, до края на месеца, следващ месеца, в който е било последното излъчване от кампанията. Оригиналът на сертификата за рекламирането се изпраща с писмо с обратна разписка или по електронен път, съгласно описаното в чл.15 по-долу до лице-представител на Рекламодателя или Агенцията, което депозира заявките в отдел „Продажби".

(12) За извършваните услуги, МЕДИЯТА издава предвидените в закона данъчни документи до 30-то число на месеца за предвидените по договор и заявки услуги за текущия месец на изпълнение. Тези документи се изпращат до Рекламодателя или Агенцията по начина, описан по-долу:

1. по реда на чл. 15 от настоящите общи условия
2. чрез системата e-invoice (www.e-invoice.bg) до лицата за контакт по чл. 15 от настоящите общи условия.
3. по Електронна поща до лицата за контакт по чл. 15 от настоящите общи условия.

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

II. Възлагане, изисквания и гаранции относно съдържанието на търговските съобщения.

Чл. 7. (1) Рекламодателят и Агенцията гарантират, че търговските съобщения, които заявяват за излъчване, са изработени в съответствие със:

- Закона за радиото и телевизията (ЗРТ);
- Закона за авторското право и сродните му права (ЗАПСП);
- Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК);
- Закона за марките и географските означения (ЗМГО);
- Закона за защита на потребителите (ЗЗП);
- Закона за здравето (ЗЗ);
- "Критериите за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитите на децата" (накр. „Критериите"), разработени и приети от Съвета за електронни медии (СЕМ) и Държавна агенция за закрила на детето;
- националните етични правила за реклами и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация";
- Единен стандарт за регуляция нивата на звука в рекламирането на звука на реклами 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" (по-нататък Единен стандарт за регуляция нивата на звука в рекламирането).
- и останалото приложимо законодателство отгнасящо се до подобна сфера и материя.

(2) Отговорността, че в търговски съобщения за храни и напитки, съдържащи хранителни съставки и вещества с хранителен или физиологичен ефект, по-специално съдържащи мазнини, трансмасложни киселини, сол/натрий и захар, чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен, както и в търговски съобщения за генетично

модифицирани храни, не участват деца се носи от рекламодателят и агенцията.

(3) Рекламодателят и агенцията, с приемането на настоящите Общи условия, се съгласяват изрично, че с изльчването на техните търговски съобщения в програмите не се нарушават правата на трети лица и в случаите че при подобни претенции, ще ги удовлетворят изцяло и за своя сметка.

Чл. 8. (1) Възлагането на изльчването на конкретно търговско съобщение се извършва от рекламодателя и/или агенцията със заявка за изльчване, изпратена чрез електронна поща до МЕДИЯТА. Заявката следва да бъде изпратена в срок най-късно до 48 (четиридесет и осем) часа преди датата на деня на изльчване. Електронната размяна на изявления и документи се извършва съобразно предвиденото в този договор.

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

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

1. налично законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да рекламира продукта, услугата или марката, чието телевизионно търговско съобщение възлага да бъде изльчена;
2. налично законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да използва за телевизионно изльчване включените в търговските съобщения графични и словни марки, рекламирани девизи и послания, музикални, литературни и други защитени произведения, както и образите на лицата, рекламиращи продукта;
3. уредено изцяло взаимоотношенията си, включително по използването и имуществените, с авторите на търговските съобщения, предоставени за телевизионно изльчване и с всички други носители на авторски и сродни права, чито произведения и изпълнения са включени в тях, в съответствие с изискванията на ЗАПСП и останалото приложимо българско законодателство;
4. разрешение от носителите на права по предходната точка или от съответните упълномощени от тях организации за колективно управление на права, за използването на създадените от тях обекти на авторско и сродни права за телевизионно изльчване в програмите за всички начини на тяхното изльчване, предаване и препредаване, включително в електронни съобщителни мрежи на трети лица и е заплатил предварително телевизионното изльчване в съответните програми на МЕДИЯТА;
5. че търговското съобщение, което се предоставя за изльчване, е изработено в съответствие с изискванията на ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ и останалото приложимо българско законодателство.

(4) Рекламодателят и обслужващата го агенция, солидарно поемат за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от горните гаранции към МЕДИЯТА бъдат предявени каквито и да е било претенции.

(5) Когато договорът е склучен само с рекламна или медиа агенция за повече от един неин клиент, гаранциите и задълженията към МЕДИЯТА се поемат от нея по отношение съдържанието на търговските съобщения, предоставени от клиентите й чрез нея.

Чл. 9. (1) В случай че изльчването на телевизионно търговско съобщение се прецени от регуляторния орган като нарушение на действащото законодателство и той наложи на МЕДИЯТА административно-наказателна санкция, рекламирата и обслужващата го агенция, солидарно поемат за своя сметка заплащането на имуществената санкция.

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

(3) Рекламодателят и агенцията имат право да се включат чрез свой процесуален представител в административно-наказателното и съдебното производство по съответния акт на регулятора. Процесуалният представител, упълномощен от МЕДИЯТА, защитава интересите на рекламирата и агенцията в хода на административно-наказателното и съдебно производство. В случай че последните не упълномощят свой представител, не могат след това да претендират, че интересът им не е бил добре защитен от представителя на МЕДИЯТА.

(4) Когато договорът е склучен само с рекламна или медиа агенция за повече от един неин клиент, по отношение на агенцията се прилага настоящия чл. 9, включително агенцията носи отговорност за заплащане на наложена на МЕДИЯТА имуществена санкция и има правата да се включи в административно-наказателното и съдебното производство.

III. Схема на изльчване

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

(2) Схемите за изльчване в МЕДИЯТА трябва да бъдат изгответи писмено в типов формуляр, предоставен от МЕДИЯТА и да бъдат изпратени до МЕДИЯТА от рекламирата или агенцията по електронна поща като електронни документи. Попълването на всички графи от формуляра е задължително. МЕДИЯТА предоставя формуляри за текущ и следващ месец.

(3) Всяко искане за промяна в Схемата за изльчване трябва да бъде направено писмено най-малко 168 (сто

шестдесет и осем) часа, считано от началото на часа на самото излъчване, в противен случай се прилага надценка за експресна отмяна на спотове съгласно Тарифа на програмата/те.

(4) Промени в схемата на излъчване, дължащи се на промени в програмната схема, могат да бъдат правени по всяко време от МЕДИЯТА, като се съгласуват с рекламодателя или агенцията.

Чл. 11. Отмяната на излъчвания от потвърдените заявки от страна на рекламодателя или агенцията става без разлика в заплащането, ако е направено с писмено предизвестие от най-малко 168 (сто шестдесет и осем) часа преди излъчването, което се отменя.

Чл. 12. (1) МЕДИЯТА позиционира дадена кампания в програмната схема на съответната телевизионна програма, след което потвърждава заявката с описани предавания, цени и отстъпки, имена и продължителност на клиповете и период на кампанията към рекламодателя или агенцията по електронна поща като електронен документ.

(2) В случай че МЕДИЯТА няма възможност да реализира заявката, така както е изгответа от рекламодателя или агенцията, то тогава МЕДИЯТА им изпраща свое предложение, за което изисква одобрение в рамките на 24 (двадесет и четири) часа, считано от часа на получаването. Липсата на писмен отговор в този срок се счита за мълчаливо съгласие с предложението на МЕДИЯТА.

(3) В случай че няма свободно място в определено предаване, МЕДИЯТА по своя преценка има право да откаже позиционирането на телевизионни търговски съобщения. В този случай МЕДИЯТА съгласува преместването на тези телевизионни търговски съобщения в друго предаване след договаряне с рекламодателя или агенцията по реда, уговорен в чл.12. (2).

Чл. 13. (1) Рекламните блокове, които се асоциират с дадено предаване, са този преди самото предаване и всички, които го прекъсват.

(2) Рекламодателят или агенцията може да посочи в заявката и желан рекламен блок, когато е платена надценка за избор на рекламен блок.

Чл. 14. МЕДИЯТА стартира излъчването на телевизионни търговски съобщения съгласно потвърдените схеми след авансовото им заплащане и депозирането на необходимите документи, посочени в настоящите Общи условия, както и допълнително уговорените схема и начин на плащане (евентуално изрично приложени към, всеки индивидуален договор).

Чл. 15. МЕДИЯТА приема и изпраща официално информация и комуникация със своите клиенти и контрагенти чрез: електронен адрес: office@agrotv.bg

пощенски адрес: гр. София 1421 , ул. „Червена стена“ 46, тел. 0700 20 063

1. Програмен директор: l.boyanova@agro.bg
2. Реклама: i.boyanova@agro.bg ; m.stoev@agro.bg
3. Разпространение: n.kalaydzhiева@agrotv.bg
4. Newsroom: novini@agrotv.bg

Чл. 16. Надценки и отстъпки за излъчване на търговски съобщения в програмата на АГРО ТВ.

1. Рекламен спот в секунди

Цена за:	Изчислява се като:
5 секунди	40% x 30" спот
10 секунди	60% x 30" спот
15 секунди	75% x 30" спот
20 секунди	90% x 30" спот
25 секунди	95% x 30" спот
30 секунди	100% x 30" спот
35 секунди	120% x 30" спот
40 секунди	140% x 30" спот
45 секунди	160% x 30" спот
50 секунди	180% x 30" спот
55 секунди	190% x 30" спот
60 секунди	200% x 30" спот

По официална тарифа на АГРО ТВ

2. Рекламен репортаж, продължителност 1 минута

Индекс към рекламен клип със същата дължина в АГРО ТВ	75%
---	-----

По официална тарифа на АГРО ТВ

3. Алтернативни реклами форми

Вид реклами	Индекс към 30"	Максимална дължина в секунди
7"+7" спонсорски заставки	75%	14
Спонсориран промо анонс	60%	15
5"+5" Брандирана шапка реклами	60%	10
5"+5" Брандирана шапка реклами + звук	60%	10
Форма финални надписи	60%	10
10" шапка реклами	70%	10
Брандиран Бъг - 10"	50%	10
Брандиран cut -in - 10"	50%	10

По официална тарифа на АГРО ТВ
4. Надбавки

Надбавка	Коефициент:
Избор на блок	10%
Първа позиция в блок	20%
Последна позиция в блок	20%
Избор на блок + първа позиция	30%
Избор на блок + последна позиция	30%
Първа и последна позиция в блок	25%
Политическа реклами	50%
Реклами на Европейски и национални проекти	50%

По официална тарифа на АГРО ТВ
5. Скала отстъпки за обем

Достигнат бюджет	Коефициент отстъпка:
до 10 000	0%
10 001 - 15 000	2%
15 001 - 20 000	6%
20 001 - 30 000	9%
30 001 - 45 000	12%
45 001 - 60 000	15%
60 001 - 80 000	18%
80 001 - 110 000	21%
110 001 - 140 000	25%
140 001 - 180 000	28%
над 180 001	30%

По официална тарифа на АГРО ТВ

Настоящите Общи условия влизат в сила на 01.01.2019 г.

Лица, утвърдили Общите условия на Агро ТВ :

 Светла Стефанова – Гърбешкова :
 (Изпълнителен Директор на АГРО ТВ ЕАД)
