

ОБЩИ УСЛОВИЯ НА „ЕПСА-МЕДИЯ МАРКЕТ“ ЕООД ЗА ПЕЧАТ, РАЗПРОСТРАНЕНИЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ НА РЕКЛАМИ И РЕКЛАМНИ ФОРМИ

I. ОБЩИ ПРИНЦИПИ И ПРЕДМЕТ.

Чл.1. (1) Настоящите Общи условия регламентират условията, реда и изискванията на АГЕНЦИЯТА за приемане, печат, разпространение и излъчване на реклами/рекламни форми в офис мрежата на Изипей и са задължителни за рекламодатели и рекламни агенции.

(2) Отношенията между АГЕНЦИЯТА и всеки рекламодател и/или рекламна агенция, желаещи печат, разпространение и излъчване на реклами/рекламни форми срещу възнаграждение, се уреждат въз основа на индивидуален писмен договор между страните, който изрично регламентира прилагането на настоящите Общи условия. Рекламодателят/рекламната агенция удостоверяват съгласието си и приемат настоящите Общи условия с подписа си под индивидуален писмен договор. Клиентите са запознати, че действащите Общи условия се публикуват и са достъпни на уеб-сайта на АГЕНЦИЯТА.

Чл.2. В определени случаи, по преценка на АГЕНЦИЯТА, отношенията с рекламодател и/или рекламна агенция се уреждат въз основа на изготвен медия план или оферта, съдържаща медия план, изпратени от едната страна до другата страна по електронен път. Така изпратен медия план или оферта имат обвързваща сила за страните от момента на получаване на съгласие от другата страна. Съгласието се изпраща по електронен път. В тези случаи настоящите Общи условия се прилагат в отношенията между страните, за което страните изрично се съгласяват с одобряването на офертата/медия план.

Чл.3. АГЕНЦИЯТА не носи отговорност за непредоставяне на услугите по смисъла на настоящите Общи условия при настъпване на обстоятелства извън нейния контрол, включително, но не само случаи на непреодолима сила, случайни събития, проблеми в глобалната Интернет мрежа и в други подобни случаи, извън контрола на АГЕНЦИЯТА и Доставчика, както и в случай на нерегламентиран достъп или интервенция на трети лица във функционирането на информационната система.

Чл.4. Настоящите Общи условия могат да бъдат променени едностранно от АГЕНЦИЯТА. Рекламодателите се уведомяват за настъпилите промени в Общите условия чрез публикуването им на уеб сайта на АГЕНЦИЯТА.

II. ДЕФИНИЦИИ.

Чл.5. По смисъла на настоящите Общи условия и индивидуалните договори:

1. „Доставчик“ е „Изипей“ АД - дружеството, което е собственик на позиции за печатна реклама, на листи за печатни разписки, удостоверяващи извършено плащане в търговските обекти на дружеството, както и на средства за възпроизвеждане на информационни продукти – телевизионни монитори, инсталирани в търговските обекти на дружеството.

2. „Агенция“ е "ЕПСА-МЕДИЯ МАРКЕТ" ЕООД, ЕИК 205312778 - дружеството, на което е предоставено правото, съгласно подписан договор с Доставчика да използва и експлоатира средствата за възпроизвеждане на информационни продукти, рекламните площи на печатните разписки, удостоверяващи извършени плащания в търговските обекти на Доставчика и позициите за печатна реклама, намиращи се в търговските обекти на Доставчика, както и да набира реклама.

3. „Реклама“ е всяко публично съобщение, предоставено от рекламодател/рекламна агенция, разпространено и/или излъчено от АГЕНЦИЯТА по реда и при условията на тези Общи условия, във връзка с търговия, занаят или професия, имащо за цел да насърчи продажбата, покупката или наемането на стока или услуга, включително на недвижима собственост, да съдейства за популяризирането на кауза или идея или да предизвика друг ефект, желан от рекламодателя/рекламната агенция.

4. „Средства за подсъзнателни внушения в рекламата“ са индиректни специфични (включително и технически) методи за рекламиране, които не са обозначени като реклама и не се разпознават като такава от аудиторията, като например: използване на двадесет и пети кадър, излъчване на инфразвук и други подобни. Тези средства формират подсъзнателна психическа реакция и нагласа в аудиторията към рекламираните стоки, услуги и т.н.

5. „Заблуждаваща реклама“ е всяка реклама, която по всякакъв начин, включително нейното представяне, подвежда или може да подведе лицата, до които е адресирана или достига, и поради подвеждащия си характер може да повлияе на тяхното икономическо поведение.

6. „Непочтена реклама“ е всяка реклама, която попада в една или няколко от следните категории:

(а) съдържа елементи на дискриминация по отношение на пол, раса, религия, националност, политически убеждения, възраст, физически или умствени способности или която накърнява човешкото достойнство;

(б) цели да предизвика безпокойство или страх или използва тези чувства и липсата на опит от страна на потребителите;

(в) използва по неподходящ начин обществената склонност за предсказване на бъдещето или обещава лесни печалби;

(г) чрез начина на представяне на елементите, които съдържа, създава объркване сред потребителите на стоката или услугата чрез представянето им по начин, подобен на този на известни производители;

(д) може да причини морални или умствени смущения у деца;

(е) често използва данни за превъзходството на рекламираните стоки или услуги, които не са съществени или не могат да бъдат проверени.

7. „Офис мрежата на Изипей“ включва всички собствени каси на Доставчика.

8. „Рекламодател /рекламна агенция/клиент“ е всеки клиент на АГЕНЦИЯТА, реализирал рекламна кампания в офис мрежата на Доставчика, съгласно настоящите Общи условия.

III. ИЗИСКВАНИЯ КЪМ СЪДЪРЖАНИЕТО НА РЕКЛАМИТЕ.

Чл.6. (1) Всички реклами трябва да бъдат добросъвестни и честни. Рекламите не трябва да бъдат заблуждаващи и не трябва да вредят на интересите на потребителите.

(2) В рекламите, насочени към децата или в които се използват деца, трябва да се избягва всичко, което може да увреди техните интереси и да се отчита тяхната особена чувствителност.

(3) Рекламата следва да е съобразена с изискванията за лоялна конкуренция, съгласно действащото законодателство.

(4) Рекламата не може да насърчава поведение, вредно за здравето или личната сигурност на гражданите, както и поведение, с което се увреждат животните или околната среда.

(5) Рекламите на стоки, услуги или дейности, за чието производство, търговия или извършване се изисква специално разрешение или лиценз, могат да бъдат излъчени и разпространени само след като клиентът представи на АГЕНЦИЯТА заверено копие от необходимото разрешение/лицензия.

(6) Молитвени домове, храмове, манастири, предмети и лица, свързани с богослужебната дейност, не могат да бъдат използвани за реклама от търговци по смисъла на Търговския закон, без изричното съгласие на съответното вероизповедание.

(7) Всички реклами се излъчват/ разпространяват само на български език. Всички запазените търговски марки, общоприетите форми и търговски послания се излъчват и разпространяват чрез изписване с обичайния им шрифт, лого и запазен знак.

(8) АГЕНЦИЯТА следва да одобри всеки предоставен за излъчване/разпространение рекламен материал/рекламна форма.

Чл.7. Реклама на продукт за растителна защита може да се извършва само в съответствие с данните и условията, при които продуктът е регистриран в Република България. Всяка реклама на продукт, който не е регистриран за употреба в страната, е забранена.

Чл. 8. (1) Непряката реклама на спиртни напитки и рекламата на вино и бира не може:

1. да е насочена към лица под 18-годишна възраст;
2. да използва лица под 18-годишна възраст като участници;
3. да свързва употребата на алкохолни напитки със спортни и физически постижения или с управление на превозни средства;
4. да съдържа неверни твърдения относно полза за здравето, социално или сексуално благополучие или да представя въздържанието или умереността в отрицателна светлина;
5. да насърчава прекалената консумация на алкохолни напитки;
6. да подчертава прекомерно алкохолното съдържание на напитките.

(2) По смисъла на предходната алинея „непряка реклама“ е всяка форма на търговско послание, съобщение, препоръка или действие, която използва име или фабрична марка на алкохолна напитка,

както и име или фабрична марка на производител на алкохолни напитки върху продукти и стоки, които не са алкохолни напитки.

Чл.9. Рекламите на останалите медикаменти (извън посочените в чл. 19, т. 32 по-долу) и другите видове медицинско лечение трябва ясно да се отличават като такива, да бъдат честни, правдиви, да се поддават на проверка и да бъдат в съответствие с изискването да нямат вредно въздействие върху лицата.

Чл.10. (1) Рекламата, насочена към непълнолетни, трябва да отговаря на следните условия:

1. да не призовава непълнолетните да закупуват стока или да ползват услуга, като се възползва от тяхната неопитност или доверчивост;
2. да не се възползва от особеното доверие, което непълнолетните изпитват към родители, учители и други лица;
3. да не показва непълнолетни в опасни ситуации;
4. да не насърчава пряко малолетните и непълнолетните да убеждават своите родители или други лица да купуват стоките или услугите, които се рекламират.

(2) Рекламите, насочени към малолетни или непълнолетни, следва да не подбуждат тези лица да сключват договори за продажба или наемане на стоки и услуги.

Чл.11. Допуска се реклама само на разрешени за употреба в страната ветеринарномедицински продукти.

Чл.12. (1) Допуска се реклама на биоцидни препарати, само ако тя включва следните текстове, които да изпъкват на фона на цялата реклама:

1. „Използвайте биоцидния препарат безопасно.“
2. „Преди употреба внимателно прочетете етикета и информацията за препарата“.

(2) Лицето, което пуска на пазара биоциден препарат, може да замени думите "биоциден препарат" в рекламата с точното описание на вида на рекламирания биоциден препарат.

(3) Рекламата не трябва да води до подценяване на риска за човека, животните и околната среда.

(4) Не се разрешава рекламирането на биоцидния препарат като "биоциден препарат с нисък риск", "нетоксичен", "безвреден" и други.

Чл.13. (1) Адвокат не може, лично или чрез трето лице, да рекламира своята дейност, като използва в рекламата средства за привличане на клиенти, несъвместими с разпоредбите на Закона за адвокатурата и с правилата на адвокатската етика.

(2) Адвокатът има право да уточнява в рекламата само областта на правото, в която практикува, правните организации, в които членува, образованието и професионалния си опит, както и чуждите езици, които владее.

Чл.14. Рекламирането и представянето на храните, включително тяхната форма, външен вид, опаковка, опаковъчен материал или предмет, начин на търговско аранжиране и подредба, не трябва да заблуждават потребителите по отношение на характеристиката на храните, определена от тяхното естество, произход, идентичност, свойства, състав, трайност, начин на производство и употреба.

Чл.15. (1) Допуска се реклама само на разрешени за употреба в страната лекарствени продукти.

(2) Съдържанието на рекламата преди разпространението ѝ се одобрява от Изпълнителната агенция по лекарствата, като разходите за одобряването ѝ са за сметка на заявителя.

(3) Контролът върху рекламата по чл. 15, ал. 1 и нейното разпространение се извършва от Изпълнителната агенция по лекарствата.

(4) Не представляват реклама на лекарствени продукти изявления, отнасящи се до здравето на човека или неговите заболявания, ако не се упоменава директно или индиректно прилагането на лекарствени продукти, както и провежданите от Министерството на здравеопазването кампании по ваксиниране на населението, когато свързаните с тях рекламни материали не съдържат данни за конкретен лекарствен продукт.

Чл.16. (1) Допуска се реклама само на лекарствени продукти, които се продават без лекарско предписание.

(2) АГЕНЦИЯТА допуска само в определени ограничени случаи рекламни послания на кредитни /финансови институции, като е допустимо представяне само на регистрирана търговска марка на съответната институция. Рекламните материали подлежат на предварително одобрение по реда на чл. 6, ал. 8.

Чл.17. (1) Всеки рекламодател/рекламна агенция гарантира, че заявените рекламни съобщения:

1. са изработени в съответствие със Закона за радиото и телевизията, Закона за авторското право и сродните му права, Закона за марките и географските означения, Закона за защита на конкуренцията, Закона за защита на потребителите, Закона за здравето, Закона за хазарта и останалото приложимо законодателство;

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

3. Са изработени в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, Етичните правила за реклама и търговска комуникация на хазартни игри и всички други правила, част от Националния етичен кодекс , разработен от Сдружение "Национален съвет за саморегулация".

(2) Рекламоделателят/рекламната агенцията гарантират, че с печата, разпространението и/или излъчването на предоставените търговски съобщения не се нарушава правата на трети лица и че ако подобни претенции възникнат, ще ги удовлетворяват изцяло и за своя сметка.

(3) Рекламоделателят/рекламната агенцията се задължават да представят на АГЕНЦИЯТА при поискване всякакви доказателства, касаещи съдържанието и правата на предоставения за излъчване/разпространение рекламен материал.

(4) В случай, че рекламният материал съдържа защитена музика, рекламната агенция/рекламоделателят гарантират, че са придобити и заплатени синхронизационните права за всяка музика, съдържаща се в рекламния материал.

(5) В случай, че рекламният материал е на език, различен от българския рекламната агенция/рекламоделателят се задължават да представят рекламния материал със субтитри на български език или превод на български език.

(6) Рекламните материали 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 рекламна кампания по реда на тези Общи условия само след представяне от рекламоделателя/ рекламната агенция на АГЕНЦИЯТА на съответния лиценз или разрешение.

(7) АГЕНЦИЯТА не носи отговорност за качеството на предоставените ѝ рекламни материали и на техния носител. В случай, че в предадените рекламни материали и/или техния носител бъдат открити технически недостатъци, АГЕНЦИЯТА има право да изисква от рекламоделателя тяхното отстраняване и коригиране, което е за сметка на последния.

IV. ЗАБРАНЕНИ РЕКЛАМИ.

Чл.18. По смисъла на настоящите Общи условия и съгласно изискванията на действащото законодателство в Република България не се допускат и са забранени следните реклами:

1. приемането, печата, разпространението и излъчването на реклама, съдържаща конкретни предложения за работа или подтикваща към смяна на професионалното поприще;

2. приемането, печата, разпространението и излъчването на реклама, съдържаща послание от кредитни институции;

3. приемането, печата, разпространението и излъчването на заблуждаваща реклама, непочтена реклама, както и използването на средства за подсъзнателни внушения в рекламата;

4. реклами на тютюневи изделия и цигари, както и на тютюнопушенето както и реклама на всякакви други изделия по смисъла на действащия Закон за тютюна, тютюневите и свързаните с тях изделия;

5. всякаква реклама на наркотични вещества и на техните препарати, както и на други психотропни вещества;

6. всички форми на реклама на неконвенционални методи за лечение по смисъла на Закон за здравето, включително свързването им с дейности по профилактика, диагностика, лечение и рехабилитация.

7. медицинските специалисти, както и лечебните заведения по смисъла на приложимото законодателство, не могат да използват за своята дейност търговска реклама.

8. забранена е реклама, съдържаща порнография или подтикваща към насилие или незачитане на човешкото достойнство, както и към поведение, което нарушава обществения ред и общоприетите морални норми;

9. забранена е реклама с еротично съдържание с участие на малолетни и непълнолетни или предназначени за тях;

10. не се допуска разпространяването на реклами, които са основани на национална, политическа, етническа, религиозна, расова, полова или друга дискриминация;

11. забранено е приписването чрез реклама на несъществуващи качества на стоки или услуги при сравняване със стоките или услугите на конкурентите, както и приписване на несъществуващи недостатъци на стоките или услугите на конкурентите;

12. забранено е премълчаването или прикриването на съществени недостатъци или на опасни свойства на рекламираните стоки или услуги;

13. забранено е въвеждането в заблуждение относно съществени свойства на стоките или услугите или относно начин на използване на стоките или предоставяне на услугите чрез твърдение на неверни сведения или чрез изопачаване на факти в рекламата;

14. забранена е рекламата на стоки или услуги, които не са на разположение за задоволяване на потребителското търсене или са в недостатъчно количество;

15. забранено е използването на заблуждаващи съобщения за цени, за намаляване на цени и за други търговски условия при рекламиране на стоки или услуги.

16. забранена е рекламата на стоки или услуги с външен вид, опаковка, маркировка, наименование или други белези, които заблуждават или могат да доведат до заблуждение относно произхода, производителя, продавача, начина и мястото на производство, източника и начина на придобиването или на използването, количеството, качеството, естеството, потребителските свойства и други съществени характеристики на стоката или услугата.

17. забранена е реклама чрез използването на фирма, марки или отличителен знак, идентични или близки до тези на други лица, по начин, който може да доведе до увреждане интересите на конкурентите и/или на потребителите.

18. забранено е приемането, печата, разпространението и излъчването на реклама на хазартни игри по смисъла на Закон за хазарта.

19. забранено е рекламирането на терапевтични ефекти и показания за ветеринарномедицински продукти, които не са одобрени от НВМС при издаване на разрешителното за употреба, или реклама с подвеждащ текст или изображение.

20. забранено е рекламирането на опасни химични вещества и препарати, без да е посочена в рекламата тяхната категория на опасност съгласно Закона за защита от вредното въздействие на химичните вещества и препарати.

21. забранено е използването на реклами, с които се уврежда доброто име и доверието към конкурентите, както и на предлаганите от тях стоки или услуги чрез твърдение или разпространяване на неверни сведения, както и чрез представяне на факти в изопачен вид.

22. недопустимо е използването на националното знаме за фирмена реклама.

23. забранено е използването в реклами на държавния герб, химна на Република България, лицата или гласовете на лица на изборни длъжности в държавното или местното управление.

24. забранено е излъчването на политически реклами.

25. забранена е рекламата за наличие на органи, тъкани и клетки с цел търсене на материална изгода, както и предлагането на материална облага с цел осигуряване на органи, тъкани и клетки.

26. забранена е рекламата на лекарствени продукти с показания и лечебни ефекти, които не са одобрени при разрешаването им за употреба.

27. забранено е укриването на противопоказания и сериозни нежелани лекарствени реакции при реклама на лекарствени продукти.

28. забранена е реклама на лекарствени продукти, която обвързва количествата заявени и/или закупени лекарствени продукти с парични и/или предметни награди, допълнителни услуги и друг вид поощрения, разигравани или не чрез томболи, игри и други, независимо от това дали стойността на наградата надвишава или не надвишава цената на рекламираните лекарствени продукти.

29. забранено е да се рекламират като лекарствени продукти вещества, които не са такива по смисъла на Закон за лекарствата и аптеките в хуманната медицина.

30. забранена е рекламата на лекарствени продукти, които съдържат наркотични вещества по смисъла на Закона за контрол върху наркотичните вещества и прекурсорите.

31. забранена е пряката реклама на спиртни напитки.

32. рекламите на медикаменти и на медицинско лечение, които са достъпни само по лекарско предписание, са забранени.

V. СРОКОВЕ, ПРИЕМАНЕ, ПЕЧАТ, РАЗПРОСТРАНЕНИЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ НА РЕКЛАМИ И РЕКЛАМНИ ФОРМИ

Чл.19. (1) Всички заявки за реклама се изпращат чрез попълване на електронен формуляр в системата или по електронна поща.

(2) АГЕНЦИЯТА си запазва правото да откаже излъчването/разпространението на реклами/рекламни форми или да забави излъчването/разпространението им без санкция, ако те не отговарят на техническите изисквания, оповестени в сайта на АГЕНЦИЯТА, докато рекламите/рекламните форми не бъдат приведени в съответствие с тях.

(3) В случай, че подадената заявка съдържа граматически грешки, което налага отстраняването им, включително и чрез промяна на словореда, преработването на заявката се извършва след допълнително уведомяване на рекламодателя и без това да води до цялостно изменение на визията и смисъла на заявената реклама.

Чл.20. Всички заявки и материали за излъчване на рекламно послание на **ТВ монитори** се изпращат най-късно до 7 (седем) работни дни преди старта на рекламната кампания – понеделник на следващата седмица. Получените заявки се одобряват или отказват в срок до 2 (два) работни дни след получаване на плащането. За сроковете и начините на заплащане на заявките рекламодателите/рекламните агенции се информират чрез индивидуална електронна форма или по електронна поща при всяка заявка. В случай, че в посочените срокове заявката не бъде заплатена, тя се анулира.

Чл.21. Всички заявки и материали за печат и разпространение на рекламни форми:

1. За рекламни кампании на **гръб на платежни разписки** се изпращат най-късно до 10 (десет) работни дни преди старта на рекламната кампания за град София и до 14 (четирнадесет) работни дни преди старта на рекламната кампания за обекти извън град София. Получените заявки се одобряват или отказват в срок до 2 (два) работни дни след получаването им. За сроковете и начините на заплащане на заявките рекламодателите/рекламните агенции се информират по електронна поща при всяка заявка. В случай, че в посочените срокове заявката не бъде заплатена, тя се анулира.

2. За рекламни кампании на **лице на платежни разписки** се изпращат най-късно до 5 (пет) работни дни преди старта на рекламната кампания. Получените заявки се одобряват или отказват в срок до 2 (два) работни дни след получаването им. За сроковете и начините на заплащане на заявките рекламодателите/рекламните агенции се информират по електронна поща при всяка заявка. В случай, че в посочените срокове заявката не бъде заплатена, тя се анулира.

Чл.22. Заявки за **разпространение на печатни рекламни форми** (брошури, флаери, каталози и др.) се одобряват или отказват в срок до 2 (два) работни дни след получаването им. За сроковете и начините на заплащане на заявките рекламодателите/рекламните агенции се информират по електронна поща при всяка заявка. В случай, че в посочените срокове заявката не бъде заплатена, тя се анулира.

Чл.23. Териториалният обхват на рекламната кампания се дефинира чрез избиране на „рекламни зони“ от офис мрежата на Изипей, които включват всички активни собствени офиси на ДОСТАВЧИКА към момента на реализиране на кампанията. Актуалният списък с тези офиси е публикуван онлайн. ДОСТАВЧИКЪТ си запазва правото да открива и закрива офиси по свое усмотрение, без допълнително уведомяване на рекламодателите/рекламните агенции и без санкции към АГЕНЦИЯТА. В случай на текуща кампания с печатни рекламни материали в офис, предвиден за закриване, АГЕНЦИЯТА се задължава да предложи подходяща алтернатива на рекламодателя/рекламната агенция.

Чл.24. (1) Изисква се една рекламна кампания да съдържа еднакво рекламно послание за всички офиси, в които се излъчва/разпространява.

(2) Рекламната кампания стартира само в случай, че е налице подписан индивидуален договор и е заплатена договорената между страните стойност на кампанията, след получаване на заявката от АГЕНЦИЯТА.

Чл.25. Ексклузивитет в дадена категория не се предлага, освен в случаите, когато такава клауза е изрично описана в индивидуалния договор и са договорени различни от стандартните цени за приемане, излъчване и разпространение на реклами/рекламни форми.

Чл.26. По изрична заявка рекламодателят/ рекламната агенция може да получи електронен протокол относно реализирания брой излъчвания/разпространения на рекламата/рекламните форми в рамките на 2 (два) работни дни след завършване на кампанията. Изготвяне и изпращане на протокол на хартиен носител се издава само при изрично искане от страна на рекламодателя/рекламната агенция.

VI. ЦЕНИ И НАЧИНИ НА ПЛАЩАНЕ

Чл.27. (1) Цените за излъчване на реклами, както и цените за печат и разпространение на рекламни форми, включително възможните отстъпки, са фиксирани в Тарифа публикувана на сайта на АГЕНЦИЯТА.

(2) За определени кампании и клиенти АГЕНЦИЯТА си запазва правото да предлага цени по индивидуално договаряне с клиента, съобразно специфичните нужди на клиента и спецификите на конкретните негови изисквания и желания относно рекламната кампания.

(3) АГЕНЦИЯТА има право да променя тарифата си по всяко време, като публикува измененията на сайта си. Промените не засягат действащите договори с рекламодатели или рекламни агенции.

Чл.28. Стойността на всяка рекламна кампания се заплаща 100 % преди стартиране на кампанията. В определени случаи страните могат да договорят разсрочено плащане или други финансови условия и начини на плащане, при условията на тарифата по предходните текстове или в индивидуалния договор.

Чл.29. (1) При отказ от рекламна кампания на ТВ монитори, направен от рекламодателя или рекламната агенция след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламната сума, но преди старта на рекламната кампания, рекламодателят или рекламната агенция дължи неустойка в размер на 50% (петдесет процента) от стойността на рекламната кампания.

(2) При отказ от рекламна кампания за разпространение на рекламни форми, извън посочените в ал. 1, направен от рекламодателя или рекламната агенция след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламната сума, но преди старта на рекламната кампания, заплатената цена на рекламната кампания не се възстановява.

(3) При прекратяване на вече стартирала рекламна кампания от страна на рекламодателя или рекламната агенция, платената от тях на АГЕНЦИЯТА цена на рекламната кампания не се възстановява.

(4) При отказ да се излъчи рекламна кампания на ТВ монитори на основание Раздел III и Раздел IV във връзка с чл. 31., направен от АГЕНЦИЯТА, след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламната сума, рекламодателят или рекламната агенция дължи неустойка в размер на 10% (десет процента) от стойността на рекламната кампания.

(5) При отказ от рекламна кампания за разпространение на рекламни форми на основание Раздел III и Раздел IV във връзка с чл. 31., направен от АГЕНЦИЯТА, след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламната сума, платената от тях на АГЕНЦИЯТА, заплатената цена на рекламната кампания не се възстановява.

Чл.30. В случай на непълно или неточно реализиране на дадена заявка в рамките на заявения период на рекламната кампания поради причина, за която АГЕНЦИЯТА отговаря, тя се задължава да възстанови платените от рекламодателя/рекламната агенция суми за периода на неизлъчените реклами.

VII. ГАРАНЦИИ, ОТГОВОРНОСТ И ОГРАНИЧАВАНЕ НА ОТГОВОРНОСТТА.

Чл.31. (1) АГЕНЦИЯТА има право да откаже излъчването, печатането и разпространението на реклами и рекламни форми при условията и по реда на настоящите Общи условия които:

1. влизат в противоречие с утвърдените разбирания за сексуална, расова, етническа и политическа толерантност;

2. нарушават общо споделените морални и естетически норми и/или императивни изисквания на приложимото и относимо българско законодателство

3. са свързани с услуги с конкурентен характер по отношение на дейността на АГЕНЦИЯТА, ДОСТАВЧИКА или техни партньори.

(2) Когато АГЕНЦИЯТА прецени, че съдържанието на предоставена за разпространение или излъчване реклама/рекламни форми по смисъла на настоящите Общи условия противоречи на

разпоредби на относими и приложими норми на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика или разпоредби на тези Общи условия, АГЕНЦИЯТА има право да не стартира разпространението/излъчването на рекламата, независимо от потвърдената схема на излъчване/за разпространение, като уведомява рекламодателя/рекламната агенцията.

(3) Преценката на АГЕНЦИЯТА по ал. 1 се формира съобразно нормите на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика, Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, Етичните правила за реклама и търговска комуникация на хазартни игри и всички други правила, част от Националния етичен кодекс разработен от Сдружение "Национален съвет за саморегулация".

(4) За обстоятелствата по предходните алинеи АГЕНЦИЯТА уведомява рекламодателя/агенцията своевременно.

(5) В случаите, упоменати в настоящия член, АГЕНЦИЯТА не носи отговорност за неизпълнение на задълженията си по индивидуалния договор в рекламодателя/рекламната агенция, както и за евентуални последващи неблагоприятни последици за рекламодателя или агенцията като например допълнителни разноски за преработване на клипове и визии, закъснение на кампания и др.

Чл.32. АГЕНЦИЯТА гарантира че:

1. 100% (сто процента) от всички заявени рекламни послания на лицето на платежните разписки ще са разпространени в избраните офиси;

2. до 95% (деветдесет и пет процента) от всички разпечатани платежни документи в избраните офиси ще бъдат върху рекламните листи (гръб на платежните разписки) на рекламодателя;

3. до 95% (деветдесет и пет процента) от всички печатни рекламни материали, предоставени от рекламодателя/рекламната агенция и предвидени за разпространение на ръка от касиерите в избраните офиси ще бъдат разпространени заедно с разпечатаните платежни документи;

4. ще осигури достъп на клиентите на ДОСТАВЧИКА до рекламните форми, предоставени от рекламодателя/рекламната агенция и предвидени за разпространение в избраните офиси.

Чл.33. (1) Отговорността за съдържанието и визията на рекламата и рекламните форми е изцяло за рекламодателя или рекламната агенция. АГЕНЦИЯТА не носи отговорност за уреждането на авторски и сродни на авторското права, касаещи рекламите/рекламните форми, предоставени от рекламодателя или рекламната агенция, нито за действия на трети лица, провокирани от излъчените/разпространените реклами/рекламни форми. Не се допуска излъчване/разпространението на реклами/рекламни форми на стоки, услуги или лица, които са под специален разрешителен режим съгласно закони и нормативни разпоредби, без да са налице всички необходими документи, доказващи право за извършване на съответната дейност или производство.

(2) Рекламодателят или рекламната агенция са длъжни да обезщетят АГЕНЦИЯТА за всички претърпени вреди и направени разходи, вследствие на предявени иски от и/или заплатени обезщетения на трети лица във връзка с реклами и рекламни форми, които рекламодателят или рекламната агенция са направили достояние на трети лица, или са направили достъпни чрез ползване на предоставените от АГЕНЦИЯТА услуги, в нарушение на действащото българско законодателство, приложимите чужди закони, настоящите Общи условия или добрите нрави.

VIII. КОНФИДЕНЦИАЛНОСТ.

Чл.34. (1) АГЕНЦИЯТА и рекламодателите/рекламните агенции се задължават да не разкриват под каквато и да било форма информация, съставляваща търговска тайна за страните, на трето лице (с изключение на филиалите си, одитори и юридически съветници), освен ако е получено изричното писмено съгласие на другата страна или ако съответната страна е задължена по закон.

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

информация. Не се смята за разкриване на търговска тайна информацията за факта на сключване на индивидуалния договор.

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

Чл.35. Всяка от страните по индивидуалния договор се задължава да не уврежда доброто име на насрещната страна и/или на нейни служители, както и да изисква от служителите си и подизпълнителите си спазване на задълженията и ограниченията по настоящите правила.

IX. НЕДЕЙСТВИТЕЛНОСТ.

Чл.36. Страните декларират, че в случай че една или повече от клаузите на настоящите Общи условия и/или договора се окаже недействителна, това няма да води до недействителност на останалите клаузи от договора и/или Общите условия. Недействителната клауза се замества от повелителните норми на закона.

X. ПРИОРИТЕТИ

Чл.37. 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.

X. ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

Чл.38. За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

Чл.39. Всички спорове по тълкуване и изпълнение на индивидуалните 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.

Настоящите Общи условия влизат в сила от 20 ноември 2023 г.