

ОБЩИ УСЛОВИЯ

За излъчване на търговски съобщения – реклама, спонсорство, телепазарен спот, платен репортаж и позициониране на продукт в ТВ програмите на БГ САТ

I. Принципи

- (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на търговски съобщения - реклами, спонсорство, телепазарни спотове, платени репортажи и позициониране на продукти, наричани заедно „Рекламни материали“ в телевизионните програми, собственост на БГ САТ, наричани заедно „Телевизиите“.
- (2) Общите условия са неразделна част от всеки договор, сключен между БГ САТ от една страна и директен рекламодател/рекламна агенция от друга страна.
2. (1) Рекламните материали на директния рекламодател/рекламната агенция могат да представят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на тези лица или такива, за които същите имат отстъпени права на ползване, съгласно договор за лицензия по смисъла на ЗМГО.
- (2) Рекламните материали могат да бъдат реклама, спонсорство, телепазарен спот, платен репортаж и позициониране на продукт по смисъла на ЗРТ, както и други рекламни форми, чието излъчване не е в противоречие с действащото законодателство.
- (3) Директният рекламодател /рекламната агенция може да възлага на БГ САТ изработването и излъчването на платени репортажи за дейността на самите тях и/или техни клиенти. Условие за излъчването на платен репортаж е директният рекламодател /рекламната агенция да предостави готов сценарий.

II. Дефиниции

“**Цени по тарифа**” – цена на 30 “рекламен клип в програмната схема на съответната телевизионна програма, която се прилага по отношение на клиентите, заявил Остойностена схема на излъчване по цени по тарифа.

“**Часови пояси**” – в периода от понеделник до неделя:

Prime Time (PT) 18:00-24 :00 и

Off Prime Time (OPT) 24:00- 18:00;

“**Ексклузивитет на марката**” означава наличие на една марка на спонсор без директно показване на марки на конкуренти като ко-спонсори на определено предаване.

“**Уникален ексклузивитет на спонсора**” означава 1 ексклузивен спонсор без никакви други марки – директни конкуренти или не в качеството на ко-спонсори.

“**Ко-брандиран спот**” – рекламен клип, рекламиращ повече от една търговски марки.

“**Инвестиция**” или “**Нет Бюджет**” - ангажиментът, поет от клиента, за инвестирането на определен бюджет през срока на договора, съгласно договорените условия.

“**Сделка с нива на обемна отстъпка**” - сделка, при която с реализирането на конкретен бюджет до определен краен срок се поема ангажимент за следваща инвестиция за следващ период (на “стъпки”), с намаляване на цените на всяка стъпка.

“**Нестандартна реклама**” – всички рекламни форми, различни от излъчването на рекламен клип.

“**Премиум позиции**” - първа / втора / трета / предпоследна / последна реклама за конкретен рекламен блок.

„**Top & tail спотове**” - 2 или повече рекламни клипа със специално позициониране един спрямо друг в един и същи рекламен блок. Считани като “top & tail” рекламни клипове са също и тези, заявени за излъчване в определен ред, но без определена позиция един спрямо друг в един и същи рекламен блок .

„**Искане за рекламен блок**” - всяка спецификация в Остойностената схема на излъчване на клиента, в която се посочват изисквания, клиповете да бъдат поместени в определен рекламен блок (може да бъде под формата на ‘първи рекламен блок в програмата’, “не по-късно от 23:30 часа”, “не в същия рекламен блок с друг спот на същия клиент” и т.н.).

“**Ексклузивитет**” - всяко искане за избягване на позиционирането на рекламни клипове на конкуренти в същия рекламен блок / програма заедно с клиповете на клиента.

"Корекция на рекламен клип" - формула на изчисляване на рекламните клипове с продължителност, различна от 30".

"Забавено плащане" - всяко договорено възнаграждение, за което е просрочена датата на плащане. Освен ако не е изрично договорено друго в анекс, всяка сума, която не е платена в срок от 30 дни след издаване на фактура, се класифицира като "забавено плащане".

"Надценки" - всяко допълнително таксуване за клиента във връзка със определени изисквания за медийното позициониране на рекламния клип: премиум програми, специално позициониране и др.

"Премиум програми" – всички предавания, обявени от БГ САТ като премиум; премиум програми могат да се поместят във всеки часови пояс през деня, а не изключително в праймтайма. Списъкът с премиум програми ще бъде предоставян от Телевизиите две седмици преди излъчването им.

III. Възлагане и съдържание на рекламни материали. Гаранции.

Чл. 3. (1) Рекламните материали се предоставят на БГ САТ от рекламната агенция / директния рекламодалец с качество, което е подходящо за телевизионно излъчване най-късно 2 (два) пълни работни дни преди датата на първо излъчване заедно с формуляр, в който е описан предоставеният рекламен материал.

(2) Рекламните материали следва да бъдат 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 здравето, Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, Етичният кодекс на българските медии, Закона за защита на потребителите и за правилата за търговия и останалото приложимо законодателство.

(3) Рекламната агенция / директния рекламодалец гарантират, че с излъчването на предоставените рекламни материали не се нарушават правата на трети лица и че ако подобни претенции възникнат, ще ги удовлетворяват изцяло и за своя сметка.

Чл.4 (1) Рекламната агенция / директния рекламодалец гарантира необезпокояваното излъчване на възложените рекламни клипове, спонсорски заставки и други рекламни форми и с оглед на това декларират и гарантират от свое име и от името на всеки клиент, който представлява рекламната агенция следното:

1. имат законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да рекламират продукта/услугата/марката, чиято телевизионна реклама възлагат да бъде излъчена;
2. имат законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да използват за телевизионно излъчване включените в рекламните клипове, спонсорските заставки и други рекламни форми графични и словни марки, рекламни девизи и послания, музикални, литературни и други защитени произведения, както и образите на лицата, рекламиращи продукта;
3. са уредили взаимоотношенията, вкл. имуществените, с авторите на рекламните клипове, предоставени за излъчване и с всички други носители на авторски и сродни права, чиито произведения и изпълнения са включени в тях, в съответствие с изискванията на ЗАПСП и останалото приложимо законодателство, и че са получени от тези носители или от упълномощени от тях организации за колективно управление на права, всички необходими разрешения за използването на създадените от тях обекти на авторско и сродни права за телевизионно излъчване в програмите на БГ САТ и възнагражденията за това излъчване са платени, вкл. за кабелното препредаване на програмите на БГ САТ в мрежите на трети лица;
4. рекламният клип, спонсорска заставка и/или друга рекламна форма, чието излъчване се възлага, са изработени в съответствие с изискванията на ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗППТ, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ, Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, Етичният кодекс на българските медии и останалото приложимо българско законодателство.

(2) Рекламната агенция / директния рекламодалец поема за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от горните гаранции към БГ САТ бъдат предявени каквито и да било претенции.

(3) В случай, че излъчването на рекламен материал, предоставен от рекламната агенция / директния рекламодал, се прецени от регулаторния орган като нарушение на ЗРТ и той наложи на БГ САТ административно-наказателна санкция, рекламната агенция / директния рекламодал поема за своя сметка заплащането на имуществената санкция, ако се докаже, че санкцията е основателна. БГ САТ уведомява своевременно рекламната агенция / директния рекламодал за започването на административно-наказателна процедура – още при получаването на акт за установяване на административно нарушение.

(4) В случай на претенция от страна на автор или носител на сродно право за неуредени права върху предоставените рекламни материали, БГ САТ уведомява директния рекламодал / рекламната агенция, който се задължава да предостави доказателства за уредени права. При непредставяне на достоверни доказателства БГ САТ е в правото си да спре излъчването на съответния рекламен материал и да изиска директния рекламодал / рекламната агенция да предостави нов.

Чл.5. (1) Рекламните материали се излъчват от БГ САТ по предварително одобрената от страните остойностена "Схема на излъчване", в която схема са определени програмата, по която ще се излъчват рекламните материали, часовите пояси, продължителността, последователността, броя и други условия на излъчване, стойността, която се дължи и приложените отстъпки по реда на прилагането им.

(2) В случай, че рекламната кампания се провежда и по повече програми, се подават Схеми за излъчване за всички канали, като цената във всяка от схемите е съобразно стойността на рекламната, излъчена по съответната тв програма. Отстъпките се начисляват върху сбора от всички схеми.

(3) Схемите на излъчване за всеки клиент трябва да бъдат изготвени писмено и изпратени по електронна поща не по-късно от два пълни работни дни преди началото на всяка кампания и в тях трябва да бъдат посочени всички необходими условия на излъчване като продължителност на рекламния материал, кратко описание на рекламния материал и други.

(4) Потвърждаването от страна на БГ САТ на приета Остойностена схема на излъчване се извършва чрез изпращане на е-мил потвърждение, че съответната схема отговаря на одобрената от страните. Потвърдената Схема за излъчване се изготвя от директния рекламодал / рекламната агенция писмено и се изпраща на БГ САТ в тридневен срок и става неразделна част от договора. Страните приемат, че за писмен документ по настоящия член ще се счита и документ изпратен по факс или на указания в анекса имейл.

(5) Всяко искане за промяна в схемата за излъчване трябва да бъде направено писмено най-малко 2 (два) пълни работни дни преди самото излъчване, в противен случай се прилага надценката за експресна отмяна на спотове, съгласно чл. 18 от настоящите Общи условия. Промени в схемата на излъчване, дължащи се на промени в програмната схема, могат да бъдат правени по всяко време, като се съгласуват с директния рекламодал / рекламната агенция и се оформят по реда на предходната алинея.

(6) Отмяната на излъчвания от страна на директния рекламодал / рекламната агенция става без утежнение в заплащането, ако е направено с писмено предизвестие от 5 (пет) пълни работни дни преди отмененото излъчване.

Чл. 6. (1) Когато БГ САТ прецени, че съдържанието на предоставен за излъчване рекламен материал, противоречи на разпоредбите на ЗРТ, ЗЗ и ЗЗК или други приложими норми на действащото законодателство или публично известната регулаторна практика, не се стартира излъчването му и се уведомява незабавно директния рекламодал / рекламната агенция. Страните разглеждат и обсъждат всички доводи и преценяват заедно риска от излъчване.

(2) Рекламните материали, чието съдържание БГ САТ преценява за такова, което може да се сметне за насочено към увреждане на физическото, умственото и моралното развитие на малолетни и непълнолетни, могат да бъдат позиционирани само между 23.00 и 6.00 часа. Директния рекламодал/рекламната агенция няма право да изисква позициониране в друго часово време на такъв тип рекламни материали, но може да откаже своевременно излъчването им.

(3) БГ САТ позиционира рекламните клипове на спиртни напитки само между 22.00 и 6.00 часа, когато прецени, че съдържанието им е такова, че представлява непряка реклама на спиртни напитки по смисъла на ЗЗ и не излъчва рекламни клипове, за които преценява, че представляват пряка реклама на спиртни напитки по смисъла на ЗЗ. Преценката на БГ САТ се формира съобразно нормите на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика, както и Кодекса за саморегулация при рекламирането на алкохолни напитки, изготвен и приет от АБРО и АРА.

(4) Рекламни материали, чието съдържание на отговаря на законовите изисквания или публично известната регулаторна практика, следва да бъдат преработени или заменени.

(5) За обстоятелствата по предходните алинеи, БГ САТ уведомява директния рекламодалел / рекламната агенция незабавно.

(6) В случаите, упоменати в настоящия член, БГ САТ не носи отговорност за евентуални последващи неблагоприятни последици за директния рекламодалел / рекламната агенция като например допълнителни разноски за преработване на рекламни клипове и спонсорски заставки и/или закъснение на кампания.

Чл. 7. (1) БГ САТ се задължава да излъчат всички потвърдени рекламни материали, съгласно одобрената за директния рекламодалел/клиент на рекламната агенция «Схема на излъчване», освен ако:

1. настъпят форсмажорни обстоятелства;

2. бъде установено по надлежен ред, че с излъчването на рекламните материали се нарушават ЗРТ, ЗАПСР, ЗЗПРТ, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ, Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, Етичният кодекс на българските медии или друго приложимо законодателство. В този случай излъчването на рекламните материали може да бъде спряно, без това да води до неблагоприятни последици за БГ САТ, до приключване на производството по законовия ред.

(2) БГ САТ се задължава да осигури подходящо техническо качество на излъчването, но не могат да гарантират качество на приемането.

(3) Излъчването на съответните рекламни материали се доказва от БГ САТ чрез Удостоверение за излъчване (Сертификат), което БГ САТ предоставя в 2 оригинални екземпляра на рекламодалелите и/или рекламни агенции до 19 –то число на всеки месец като рекламодалелите и/или рекламни агенции се задължават да върнат единия оригинал подписан от тяхна страна на БГ САТ в срок до 21 –во число на всеки месец.

IV. Срокове за подаване на рекламни материали, схеми и документи

Чл.8. Директният рекламодалел / рекламната агенция се задължава да спазва следните срокове за подаване на рекламни материали, схеми и документи:

1. Подаване на схема за излъчване - най-късно 2 (два) пълни работни дни преди датата на първо излъчване.
2. Подаване на рекламен материал - най-късно 2 (два) пълни работни дни преди датата на първо излъчване.
3. Подаване на формуляр за описване на материал за излъчване - придружава всеки рекламен материал и се подава най-късно до 2 (два) пълни работни дни преди датата на първото излъчване от дадена кампания.

V. Финансови условия. Срок и начин на плащане.

Чл. 9. (1) За всяка отделна поръчка и съобразно нейната схема за излъчване се изготвя и подписва от страните типова остойностена "Схема за излъчване" към договора за реклама по съответната ТВ програма, в който са описани директният рекламодалел / клиент на рекламната агенция, чиито рекламни материали се излъчват, месеца и годината на излъчване, вида на форматите (реклама, спонсорство), общата стойност на кампанията.

Чл. 10. (1) Плащанията по всички сключени договори се извършват 100 % авансово преди първото излъчване на реклама по съответната схема на излъчване

(2) Плащанията се извършват в български лева по следната банкова сметка:

"БГ САТ" АД

IBAN:BG10 FINV 9150 10BG N060 MV

BIC:FINV9150

П ИБ: Стара Загора

(3) Цената на рекламния клип се променя в зависимост от продължителността, съгласно скала за корекция на рекламен клип заложен в Търговската политика на БГ САТ за 2011 г.

Чл. 11. (1) Директният рекламодалел / рекламната агенция се задължава да извършва ефективно плащане за рекламите по одобрените от БГ САТ Остойностени схеми за излъчване на реклама по сметка на съответната Телевизия, за който е потвърдената Схема за излъчване.

(2) Неуредени отношения между рекламната агенция и нейни клиенти или техни закъснения не са основания за забава в плащането към БГ САТ

Чл. 12. В случай, че дължими плащания не бъдат погасени в рамките на срока по чл. 10 от настоящите Общи условия БГ САТ има правото да спира излъчването на кампанията на съответния клиент, както и да откаже приемането на последващи Остойностени схеми за същия клиент без това да води до каквито и да било неблагоприятни последици за телевизията, както и има право да поиска авансово плащане за следващи кампании на директния рекламодалел -/съответен клиент на рекламната агенция.

Чл.13. (1) Цените и тарифите съгласно Търговската политика на БГ САТ валидни до 31.12.2011 г. подлежат на едностранна промяна от страна на ТЕЛЕВИЗИИТЕ, като директните рекламодалели/рекламните агенции ще получат уведомление за това в срок от 2 седмици преди влизане в сила на промяната.

(2) Увеличението на Цените и тарифите няма да се прилага за вече предплатени кампании или за вече приети Схеми на излъчване.

(3) В случай на неизпълнение на деклариран НЕТ бюджет в договора, всички рекламни кампании на съответния директен рекламодалел/клиент на рекламната агенция се изчисляват по базови Тарифни цени и недължимо предоставените отстъпки следва да бъдат заплатени на Телевизиите заедно с неустойка от 30% от неизпълнената част от гарантирания НЕТ бюджет.

Чл. 14. Съгласно политиката на БГ САТ за 2011 г. се допуска сключване на сделки с нива на обемна отстъпка, при които сделки директните рекламодалели /рекламните агенции се задължават да определят нет бюджета, който ще инвестират в БГ САТ в определен срок, при постигането му се преминава на следващо договорено ниво, което отговаря на съответно ниво на отстъпки.

V. Надценки

Чл.15. (1) Директните рекламодалели / рекламните агенции се задължават да начисляват и заплащат следните надценки при избор на рекламен блок, ексклузивитет в рекламен блок, позиция в него и в случаите на съвместна реклама съгласно Търговската политика на БГ САТ за 2011 г.:

1. Първа или последна позиция в рекламен блок +20%;
2. Избор на рекламен блок + 10%;
3. Top & Tail + 15% увеличение на цената на двата рекламни клипа в съответния рекламен блок;
4. Ексклузивитет в рекламен блок - +25% увеличение.

(2). Рекламодалелите и/или рекламните агенции се задължават да начисляват и заплащат следните надценки за ко-брандиране:

1. Една допълнителна марка + 10 % увеличение;
2. Две допълнителни марки + 20 % увеличение;
3. Три допълнителни марки + 30 % увеличение.

VI. Санкции

Чл.16. При неспазване на сроковете, уточнени в Чл.8., директните рекламодалели / рекламните агенции подлежат на следните санкции:

1. Експресна отмяна на спотове – за срок по-малък от 5 (пет) пълни работни дни - 20% върху брутната стойност на отменените излъчвания.
2. Закъснение при подаване на заявката - за срок по-малък от 2 (два) пълни работни дни - 200 лв. на ден.
3. Закъснение при подаване на рекламен материал - за срок по-малък от 2 (два) пълни работни дни - 200 лв. на ден.

VII. Позициониране

Чл. 17. (1) БГ САТ поема задължението да излъчва рекламите по одобрените от страните Схеми на излъчване в срока и разпределението, фиксирани в тях. Промени в схемите могат да се правят от страна на БГ САТ само след предварително съгласуване и потвърждение от страна на директния рекламодалел / рекламна агенция.

(2) Промени в позиционирането на рекламните клипове, породени от изменения в програмната схема се уточняват между страните в писмена форма.

(3) БГ САТ има право да откаже позиционирането на рекламен спот, спонсорска заставка и/или друга рекламна форма в програмата в случай, че няма свободно място. БГ САТ съгласува преместването на рекламната в друго предаване с директния рекламодалел / рекламна агенция.

(4) Рекламните блокове, които се асоциират с дадено предаване, са тези преди самото предаване и всички, които го прекъсват.

(5) Рекламните клипове се ротират между блоковете на едно предаване според преценка на БГ САТ.

(6) Директният рекламодалел / рекламната агенция може да посочи в заявката и желан рекламен блок, когато е платена надценка за избор на рекламен блок, съгласно предвидената надценка в Чл.17.

Чл. 18. Неизлъчване на клипове или пропуск да започне навреме кампания не се считат за частично или цялостно неизпълнение на договора от страна на БГ САТ. БГ САТ е в неизпълнение, ако не са компенсирани излъчването на пропуснатите клипове или не са стартирали кампанията след изрично писмено уведомление на директния рекламодалел / рекламната агенция за направения пропуск.

Чл. 19. (1) При спор или рекламация от страна на директния рекламодалел / рекламната агенция относно излъчването на рекламните клипове, спонсорските заставки и/или други рекламни форми, БГ САТ се задължава да предостави копие от видеозаписа на излъчения материал, който се проверява в помещенията на БГ САТ в присъствието на представители на двете страни, за което се съставя протокол.

(2) Искането за рекламация трябва да бъде направено не по-късно от 1 (един) месец, считано от края на съответната кампания. В случай на закъсняла рекламация, БГ САТ не дължат компенсации.

VIII. Рекламации.

Чл. 20. (1) Директните рекламодалели / рекламните агенции се съгласяват да предявяват всички свои претенции относно излъчването на предоставени от тях рекламни материали най-напред до БГ САТ и само при условие, че последните не са ги уважили в разумен срок, да ги отнася за разрешаване пред компетентен съд.

(2) БГ САТ разглежда добросъвестно всички постъпили от директните рекламодалели / рекламните агенции рекламации и в случай, че те са основателни, двете страни се споразумяват относно начина, по който претенцията на директния рекламодалел рекламната агенция да бъде удовлетворена.

IX. Срок и прекратяване на Договори. Временно спиране на кампании.

Чл. 21. (1). Срокът се определя в договора.

(2). Договорът се прекратява с изтичането на срока му и при изпълнение на поетите ангажименти от всички страни или при наличието на взаимно изразено писмено съгласие между директния рекламодалел / рекламната агенция и БГ САТ.

Чл.22. (1) Директните рекламодалели / рекламните агенции могат да развалят договора по отношение на една от Телевизиите при системно неизпълнение от нейна страна на задължение по договора, което е продължило след отправено писмено оплакване, без заплащане на обезщетения и неустойки.

(2) БГ САТ може да развали договора при системно неизпълнение (два или повече пъти за срока на договора) от страна на директния рекламодалел/ рекламната агенция, на тяхно задължение по договора, което е продължило след отправено писмено оплакване без заплащане на обезщетения и неустойки.

Чл. 23. (1) БГ САТ има право да спре временно излъчването на рекламен клип или клипове без заплащане на обезщетения и неустойки, когато получи доказателства – документи, издадени по надлежен ред от компетентен орган, че с тяхното излъчване се нарушават права на трети лица.

(2) За прекратяването БГ САТ уведомява незабавно директните рекламодалели / рекламните агенции и предоставя информация на каква база приема излъчването за незаконно.

(3) Ако бъде доказано по надлежен ред, че претенциите на третите лица са неоснователни, БГ САТ възобновява излъчването на рекламните клипове. Цената на неизлъчените, но заявени реклами се приспада от последващото плащане.

Чл. 24. (1) Ако в срока на договора изпълнението му бъде възпрепятствано от приети нормативни или административни актове, то договорът се прекратява без каквито и да било неустойки от страните, като в 10 (десетдневен) срок от прекратяването БГ САТ възстановява на директните рекламодалели / рекламните агенции съответната част от предплатените суми, която не е усвоена до момента на прекратяването.

(2) При всички случаи на прекратяване на договора, в които директните рекламодалели / рекламните агенции са изправна страна, БГ САТ дължи на директните рекламодалели / рекламните агенции връщане на предплатените суми, които не са усвоени до момента на прекратяването.

X. Санкции.

Чл. 25. Ако дължимите от директните рекламодалели / рекламните агенции суми, произтичащи от схемите за излъчване на рекламни материали по силата на сключени договори между същите страни, или част от тях, не са напълно изплатени на БГ САТ, то последните имат право да спрат изпълнението на заявките за реклама на директните рекламодалели / рекламните агенции до пълното изплащане на дължимите суми, заедно със законните лихви върху тях, като същевременно запазват всички други права, които имат срещу директните рекламодалели / рекламните агенции.

Чл. 26. В случай на закъснения в уговорения срок за плащане, неизправната страна дължи на изправната неустойка за всеки ден забава в размер на 1/360 от основния годишен лихвен процент на Българска народна банка за периода, увеличен с 20 (двадесет) пункта.

Чл. 27. (1). За неизпълнение на задълженията по гарантиран нет бюджет, дял от бюджет и гарантирано разпределение на излъчваните рекламни материали по часови зони, предвидени в договора, директните рекламодатели / рекламните агенции дължат неустойка съгласно чл. 15.(4) от настоящите Общи условия освен ако не е изрично договорено друго.

(2). Неустойки могат да бъдат уговорени и за други случаи на неизпълнение на договорни задължения от страна на директните рекламодатели / рекламните агенции, като конкретният им размер, реда и условията за прилагането им са предмет на договора.

Чл. 28. Страните не дължат неустойка и обезщетение при наличие на форсмажор или други обстоятелства, настъпили не по тяхна вина и извън техния контрол, които не са могли да бъдат разумно предвидени. За форсмажор се считат война, пожар, природни бедствия, обща стачка, крупни аварии, правителствени мерки, законодателни и административни мерки и други подобни обстоятелства.

XI. Конфиденциалност

Чл. 29. (1) Всички условия и уговорки по договора са конфиденциални и се считат за търговска тайна по смисъла на ЗЗК. Разкриването им се счита за умишлено нарушение на настоящия договор и води до неговото незабавно прекратяване от изправната страна.

(2) Страните се задължават също да не разпространяват информация и сведения, станали им известни при или по повод изпълнението на договора.

XII. Приоритети

Чл. 30. В случай на противоречие между клаузи на различните документи относно излъчването на рекламни клипове, спонсорство и други рекламни форми, предимство имат клаузите на документите в следната последователност:

1. Анекси към договор;
2. Договор;
3. Настоящите Общи условия.

XIII. Заключителни условия.

Чл. 31. (1) Всички спорове между страните, възникнали във връзка с договора и настоящите Общи условия, ако не могат да се разрешат чрез преговори, се разрешават от компетентния български съд със седалище в гр. София.

Настоящите Общи условия са в сила от 01.01.2011 г.