

<p style="text-align: center;">ОБЩИ УСЛОВИЯ за излъчване на търговски съобщения в радиослужби в програмите на bTV Radio Group</p>	<p style="text-align: center;">GENERAL SALES RULES for broadcasting of commercial communications in radio services in the programs of bTV Radio Group</p>
<p style="text-align: center;">I. Общи принципи и предмет</p>	<p style="text-align: center;">I. General principles and subject</p>
<p>Чл. 1. (1) Настоящите Общи условия регламентират излъчването на търговски съобщения в радиопрограмите, собственост на „Радиокомпания Си.Джей“ ООД или на „БТВ Медиа Груп“ ЕАД и в радиопрограми, създавани, управлявани или консултирани от „Радиокомпания Си.Джей“ ООД, наричани по-нататък общо за краткост „програми/радиопрограми“ или „програми/радиопрограми на bTV Radio Group“.</p> <p>(2) Общите условия са задължителни за „Радиокомпания Си.Джей“ ООД, наричано по-нататък за краткост „РАДИОТО“ и неговите клиенти – рекламодатели и рекламни агенции (последните наричани по-нататък за краткост според контекста „агенция/агенции“). Клиентите на РАДИОТО удостоверяват съгласието си с Общите условия с подписа си под индивидуален писмен договор, който сключват с РАДИОТО или с възлагането за излъчване на търговски съобщения в някоя от радиопрограмите на bTV Radio Group.</p> <p>Чл. 2. (1) Търговските съобщения се излъчват по възлагане на рекламодател срещу заплащане на възнаграждение, определено съобразно действащата Тарифа на РАДИОТО за съответната програма, както и според уговорките на индивидуалния договор.</p> <p>(2) Търговските съобщения следва да представят стоки и/или услуги и/или търговски марки, собственост само на рекламодателя, 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 настоящите Общи условия, ако е вписан по надлежния ред в Държавния регистър при Патентното ведомство.</p> <p>Чл. 3. (1) Оперативното обслужване, както и позиционирането на договорените търговски съобщения, се осъществява от отдел „Продажби“ на РАДИОТО. Плащанията за излъчването на търговски съобщения се извършва по банковата сметка на РАДИОТО, посочена в договора или в съответната фактура.</p> <p>(2) В отношенията си с РАДИОТО, свързани с планирането, позиционирането и излъчването на</p>	<p>Art. 1. (1) The present General Sales Rules regulate the broadcasting of commercial communications in the radio programs owned by "Radiocompany C.J" OOD or "BTV Media Group" EAD, and in radio programs, created, managed or consulted by "Radiocompany C.J" OOD, hereinafter collectively referred to as the "programs/radio programs" or the "programs/radio programs of bTV Radio Group".</p> <p>(2) The General Sales Rules are obligatory for "Radio Company C.J" OOD, hereinafter referred to as the "RADIO" and its clients - advertisers and advertising agencies (the latter referred to according to the context "agency/agencies"). The clients of the RADIO confirm their consent and acceptance of the General Sales Rules by signing an individual written contract with the RADIO or by assigning the broadcast of a commercial communications in one of the radio programs of bTV Radio Group.</p> <p>Art. 2. (1) The commercial communications shall be broadcasted upon assignment by an advertiser against payment of remuneration determined in accordance with the applicable Tariff of the RADIO for the respective program, as well as the terms of the individual contract.</p> <p>(2) The commercial communications should present goods and/or services and/or trademarks which are the sole property of the advertiser, or such, for which the client has obtained rights of use as per an exclusive license agreement within the meaning of the Trademarks and Geographic Symbols Act under which no other person, including the owner of the mark(s), is entitled to use the licensed marks. The exclusive license agreement shall be considered effective evidence under this General Sales Rules if it has been duly entered into the State Registry with the Patent Office.</p> <p>Art. 3. (1) The operational processing as well as the positioning of the agreed-upon TV commercial communications shall be carried out by the RADIO's Sales Department. The payments for the broadcasting of TV commercial communications shall be made to the RADIO's bank account, set forth in the contract or in the respective invoice.</p> <p>(2) In its relationships with the RADIO, related to the planning, positioning and broadcasting of the</p>

търговските съобщения в програмите и с тяхното заплащане, всеки рекламодател може да ползва услугите на рекламна агенция.

(3) В случай че страни по индивидуалния договор са рекламодател и рекламна агенция, рекламодателят и рекламната агенция са солидарно отговорни за плащанията, обезщетенията и неустойките, дължими по договора и настоящите Общи условия.

(4) РАДИОТО не дължи заплащане или възнаграждение на агенцията.

Чл. 4. (1) Рекламна агенция, която сключи с РАДИОТО договор за излъчване на търговски съобщения на рекламодател, следва да депозира в отдел „Продажби“ на РАДИОТО писмен документ (възлагателно писмо), подписан от агенцията и рекламодателя, чрез който се възлага осъществяването на рекламна дейност и провеждането на рекламни кампании в програма/и на bTV Radio Group от името на съответния рекламодател.

(2) В документа задължително са указани търговските марки и продуктите, предмет на рекламиране, както и срокът на възлагането. Образец на възлагателно писмо, което следва да се представи от агенцията в отдел „Продажби“ на РАДИОТО преди началото на първата кампания от периода на възлагането, е неразделна част от настоящите Общи условия.

Чл. 5. (1) РАДИОТО продава рекламното си време, като предлага възможност за покупка на пакети от програми.

(2) Разпределението на клиповете на рекламодателя, което РАДИОТО прави при изготвянето на пакет, се определя от следните критерии:

1. спазване принципа на равнопоставеност за всички клиенти на РАДИОТО 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 рекламни блокове;
3. поредност на заявките на клиентите към РАДИОТО.

(3) РАДИОТО предлага на клиентите си излъчване на различни форми на търговски съобщения, като напр: рекламни клипове, спонсорство, както и изработването и/или излъчването на платени репортажи.

(4) РАДИОТО предлага на клиентите си и излъчване на други форми на търговски съобщения, когато тяхното излъчване не противоречи на закона, добрата практика и на съответното предаване.

(5) Като част от обслужването на своите клиенти и при отправено искане от тяхна страна, отдел „Продажби“

commercial communications on the channels and to the payment thereof, each advertiser may use the intermediation of an advertising agency.

(3) In case that advertiser and advertising agency are parties to the individual contract, the advertiser and the advertising agency shall be jointly responsible for the payments, the compensations and the penalties due under the contract and these General Sales Rules.

(4) The RADIO shall owe no payment or remuneration to the agency.

Art. 4. (1) Advertising agency that has concluded a contract with the RADIO for the broadcasting of commercial communications of an advertiser, has to submit to the RADIO's Sales Department a written document (authorization letter), signed by the agency and the advertiser, assigning the carrying out of advertising activity and the conduction of advertising campaigns in a program or programs of bTV Radio Group on behalf of the respective advertiser.

(2) In the document should be specified the trademarks and products, subject of advertising and the period of the assignment. A template of the authorization letter which has to be presented by the agency to the RADIO's Sales Department before the beginning of the first campaign from the period of the assignment is inseparable part of the present General Sales Rules..

Art. 5. (1) The RADIO sells its advertising time by offering the possibility of purchasing packages of programs.

(2) The distribution of the advertiser's clips that the RADIO makes when preparing a package is determined by the following criteria:

1. observance of the principle of equal treatment for all clients of the RADIO according to the parameters of their individual contracts;
2. maintaining the advertiser's interest in order to avoid its joint presentation with competing brands, as well as its representation in less busy advertising blocks;
3. the order of the clients' assignments to the RADIO.

(3) The RADIO offers to its clients broadcasting of various forms of commercial communications, such as: advertising spots, sponsorship tags, as well as the elaboration and/or broadcasting of paid reports.

(4) The RADIO offers to its clients broadcasting of other advertising forms when their broadcasting is not in conflict with the law, good practice and the respective program.

(5) As part of the services provided to its clients and at their request, the RADIO's Sales Department

на РАДИОТО може да издаде сертификати, удостоверяващи излъчванията от всяка отделна кампания в програмите на bTV Radio Group, до края на месеца, следващ месеца, в който е било последното излъчване от кампанията. Оригиналът на сертификата за рекламодателя се изпраща по електронен път, съгласно описаното в чл. 14 по-долу, а при изрично искане от страна на клиента – по куриер, до лице - представител на рекламодателя или агенцията, което депозира заявките в отдел „Продажби“.

(6) За извършените услуги, РАДИОТО издава предвидените в закона данъчни документи. Тези документи се изпращат до рекламодателя или агенцията по начина, описан по-долу:

1. по реда на чл. 14 от настоящите Общи условия; или
2. чрез системата e-invoice (www.e-invoice.bg) до лицата за контакт по чл. 14 от настоящите общи условия.

Чл. 6. РАДИОТО предлага време за излъчване на търговски съобщения във всички предавания в програмите на bTV Radio Group с изключение на тези, в които излъчването на търговски съобщения е забранено.

II. Изисквания към съдържанието на търговските съобщения

Чл. 7. (1) Рекламодателят и агенцията гарантират, че търговските съобщения, които заявяват за излъчване:

1. 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 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”, разработени и приети от Съвета за електронни медии и Държавна агенция за закрила на детето;
3. са изработени в съответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация";
4. са изработени в съответствие с 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"

may issue certificates attesting the broadcasting of each separate campaign in bTV Radio Group's programs, until the end of the month following the month of the last broadcasting of the campaign. The original of the certificate for the advertiser shall be sent via e-mail as described in art. 14 below, and at the explicit request of the client - via courier, to the person-representative of the advertiser or the agency, who submits the orders to the Sales Department.

(6) For the services provided RADIO issues tax documents required by law. These documents shall be sent to the advertiser or the agency as follows:

1. under the procedure of art. 14 herein; or
2. using the e-invoice system (www.e-invoice.bg) to the contact persons under art. 14 herein.

Art. 6. The RADIO offers advertising time for broadcasting of commercial communications in all productions in its programs, except where commercial communications' broadcasting is prohibited by law.

II. Commercial communications' content requirements

Art. 7. (1) The advertiser and the agency guarantee that the commercial communications ordered to be broadcasted: 1. Are 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. 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;
3. Are produced in accordance with the National ethical rules for advertising and commercial communication, developed by the National Council for Self-Regulation;
4. 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

и Сдружение "Българска асоциация на рекламоделите".

(2) Рекламоделителят и агенцията гарантират, че 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. Рекламоделителят и агенцията гарантират, че в търговски съобщения за генетично модифицирани храни, не участват деца.

(3) Рекламоделителят и агенцията гарантират, че с излъчването на предоставените търговски съобщения в програмите на bTV Radio Group не се нарушава правата на трети лица и че ако подобни претенции възникнат, ще ги удовлетворяват изцяло и за своя сметка.

Чл. 8. В случаите, когато изработването на търговско съобщение се извършва от РАДИОТО, отношенията се уреждат с договор – поръчка за запис на клип.

III. Възлагане и гаранции

Чл. 9. (1) Възлагането на излъчването на конкретно търговско съобщение се извършва от рекламоделителя и/или агенцията с изпращане на заявка/медия план, изпратен чрез електронна поща до отдел „Продажби“ на РАДИОТО в срок най-късно до 2 (два) пълни работни дни преди датата на излъчване. Електронната размяна на изявления и документи се извършва съобразно предвиденото в чл. 14 по-долу.

(2) В случаите, когато медия плана по ал. 1 предхожда подписване на индивидуален договор, страните се съгласяват, че до подписването на договор ще се прилага официалната Тарифа на РАДИОТО за съответната програма, валидна към момента на излъчването. С изпращането на медия план рекламоделителят и/или съответно агенцията декларират съгласието си с настоящите Общи условия.

(3) Рекламоделителят и агенцията гарантират пред РАДИОТО необезпокояваното излъчване на възложените търговски съобщения и с оглед на това поемат задължението, преди да възложат за излъчване в програмите конкретно търговско съобщение, да се уверят напълно, че рекламоделителят:

1. има законово, договорно или отстъпено по

and the Bulgarian Association of Advertisers.

(2) The advertiser and the agency guarantee that 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 in commercial communications for genetically modified foodstuffs children are not featured.

(3) The advertiser and the agency guarantee that via the broadcasting of the submitted commercial communications in the programs of the bTV Radio Group no third parties' rights are violated and if any such claims arise, they shall fully compensate them at their own expense.

Art. 8. In cases where the production of a commercial communications is made by the RADIO, the relations are regulated by a contract - order for recording a spot.

III. Assignment and guarantees

Art. 9. (1) The advertiser and/or the agency shall assign the broadcasting of a specific commercial communication by sending a broadcast order/media plan to the email address of the RADIO's Sales Department. The order/media plan shall be sent not later than 2 (two) full working days before the broadcasting date. The electronic exchange of statements and documents shall be carried out according to the stipulations of art. 14 below.

(2) In the cases when the media plan under para. 1 precedes the signing of an individual contract the parties agree that until the individual contract is signed, the official Rate card of the RADIO valid at the time of broadcasting shall apply. By sending the media plan, the advertiser and/or the agency declare their acceptance of these General Sales Rules.

(3) The advertiser and the agency guarantee to the RADIO the undisturbed broadcasting of the assigned commercial communications and for this purpose they undertake the obligation before ordering the broadcast of a particular commercial communication in the programs to make sure that the advertiser:

1. has legal, contractual or granted in any other

друг легален начин право да рекламира продукта, услугата или марката, чието търговско съобщение възлага да бъде излъчено;

2. има законово, договорно или отстъпено по друг легален начин право да използва за радио излъчване включените в търговските съобщения графични и словни марки, рекламни девизи и послания, музикални, литературни и други защитени произведения, както и гласовете на лицата, рекламиращи продукта, услугата или марката;

3. е уредил изцяло взаимоотношенията си, включително по използването и имуществените, с авторите на търговските съобщения, предоставени за радио 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 българско законодателство;

4. е получил от носителите на права по предходната точка или от съответните 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 радио излъчване в програмите за всички начини на тяхното излъчване, предаване и препредаване, включително в електронни съобщителни мрежи на трети лица и е заплатил предварително за радио излъчването им в съответните програми на bTV Radio Group;

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 българско законодателство.

(4) Рекламодателят и обслужващата го агенция, солидарно поемат за своя сметка цялата отговорност, ако вследствие нарушение на някоя от горните гаранции по чл. 7 и 9 към РАДИОТО бъдат предявени каквито и да било претенции.

(5) Когато договарят е сключен само с рекламна агенция, гаранциите и задълженията към РАДИОТО по чл. 7 и 9 се поемат от нея по отношение съдържанието на търговските съобщения на съответния рекламодател, предоставени чрез нея за излъчване в програмите на bTV Radio Group.

Чл. 10. (1) В случай че излъчването на търговското съобщение се прецени от регулаторен орган като нарушение на действащото законодателство и той наложи на РАДИОТО административно-наказателна санкция, рекламодателят и обслужващата го агенция

legal way right to advertise the product, service or trademark whose commercial communications it orders for broadcasting;

2. has legal, contractual or granted in any other legal way right to use for radio broadcasting the graphic or verbal trademarks, advertising slogans and messages, musical, literary or other copyright protected works, incorporated in the commercial communications, as well as the voices of the people advertising the product, service or the trademark;

3. has fully settled its relations, including those concerning the usage and proprietary rights, with the authors of the commercial communications provided for radio broadcasting as well as with all other holders of copyright or related rights whose works and performances are included in the materials as per the stipulations of the Copyright and Related Rights Act and all other applicable Bulgarian laws;

4. has received from the right-holders mentioned in the previous item or from the authorized organizations for collective management of copyrights all necessary permissions for using the objects of the copyright or related rights created by them for broadcasting in the programs for all means of their broadcasting, transmission and retransmission including in third parties` electronic communication networks, and that it has paid in advance for this broadcasting in the respective RADIO's program;

5. has taken care, as a good trader, for the 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.

(4) The advertiser and its serving agency, jointly accept at their own expense the full responsibility if any claims are laid against the RADIO due to the violation of any of the guarantees mentioned in art. 7 and 9.

(5) If the contract is concluded only with an advertising agency, the agency undertakes the guarantees and the obligations under art. 7 and 9 regarding the content of the commercial communications of the advertiser, presented through the agency for broadcasting in bTV Radio Group's programs.

Art. 10. (1) In case the broadcasting of a commercial communication is considered by a regulating authority to be violating the effective legislation and this authority impose administrative punitive sanction to the RADIO, the advertiser and

солидарно поемат за своя сметка заплащането на имуществената санкция.

(2) РАДИОТО уведомява своевременно рекламодателя и агенцията за започването на административно-наказателна процедура – по електронна поща с електронно изявление, съгласно описаното в чл. 14 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 регулатора, ако и доколкото такова участие в производството е възможно съгласно приложимото процесуално право. 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 РАДИОТО.

(4) Когато договърът е сключен само с рекламна агенция, по отношение на агенцията се прилага настоящият чл. 10, включително агенцията носи отговорност за заплащане на наложена на РАДИОТО имуществена санкция и има правата да се включи в административно-наказателното и съдебното производство по ал. 2 и 3 на този член, ако и доколкото такова участие в производството е възможно съгласно приложимото процесуално право.

IV. Позициониране и излъчване

Чл. 11. (1) Търговските съобщения се излъчват от РАДИОТО по предварително одобрен от страните и остойностен медиен план („Схема на излъчване“), който определя часовите пояси, продължителността, последователността, броя и други условия на излъчване.

(2) Заявеният от рекламодателя или агенцията медиен план трябва да бъде изготвен писмено в типов формуляр, предоставен от РАДИОТО и да бъде изпратен в работен ден до отдел „Продажби“ на РАДИОТО по електронна поща като електронен документ, съгласно описаното в чл. 14 по-долу.

(3) Всяко искане за промяна в одобрен медиен план трябва да бъде направено писмено най-малко 2 (два) пълни работни дни преди самото излъчване.

(4) Промени в одобрен медиен план, дължащи се на промени в програмната схема, могат да бъдат правени по всяко време от РАДИОТО, като при възможност се съгласуват с рекламодателя или агенцията.

Чл. 12. (1) Отдел “Продажби” на РАДИОТО позиционира дадена кампания в програмната схема на съответната програма, след което потвърждава към рекламодателя или агенцията медийния план с описани часови пояси, цени и отстъпки, имена и

the agency jointly cover the sanction at their own expense.

(2) RADIO 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. 14 below - upon receipt of the authority’s statement of establishment of the administrative violation.

(3) 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 RADIO’s representative.

(4) When the contract is concluded only with an advertising agency, in regard to the agency the present art. 10 shall apply and the agency is responsible for paying any pecuniary penalty imposed on the RADIO and shall have the right to join the administrative punitive procedure and the judicial proceeding as per para. 2 and 3 of this article, if and insofar as such participation in the proceedings is possible under the applicable procedural law.

IV. Positioning and broadcasting

Art. 11. (1) The commercial communications are broadcasted by the RADIO as per a media plan evaluated and preliminary approved by the parties (Broadcasting scheme) which defines the time zones, duration, order, number and other broadcasting conditions.

(2) The media plan requested by the advertiser or the agency shall be in writing in a standard form provided by the RADIO and shall be sent on a working day to the RADIO’s Sales Department by e-mail as an electronic document as described in Art. 14 below.

(3) Every request for change to an approved media plan has to be made in writing at least 2 (two) full working days before the broadcasting date.

(4) RADIO is entitled to changes in the media plan at any time, if this is due to changes in the programming schedule and if there is an option the changes shall be coordinated with the advertiser or the agency.

Art. 12. (1) RADIO’s Sales Department positions the campaign in the programming schedule of the respective channel, then it confirms to the advertiser or the agency the media plan with described time slots, prices and discounts, names

продължителност на търговските съобщения и период на кампанията, по електронна поща като електронен документ съгласно описаното в чл. 14 по-долу.

(2) В случай че РАДИОТО няма възможност да реализира медийния план така, както е заявен от рекламодателя или агенцията, отдел „Продажби“ изпраща своето предложение, за което изисква одобрение в рамките на 1 (един) работен ден от получаването. Липсата на писмен отговор в този срок се счита за мълчаливо съгласие с предложението на РАДИОТО.

(3) РАДИОТО има право да откаже позиционирането на търговско съобщение по своя преценка или в определен часови пояс, в случай че няма свободно място. РАДИОТО съгласува преместването на търговски съобщения в друго предаване с рекламодателя или агенцията по реда, уговорен в ал. 2.

Чл. 13. РАДИОТО стартира излъчването на търговски съобщения съгласно потвърдените медийни планове след депозирането на необходимите документи, посочени в настоящите Общи условия.

Чл. 14. (1) 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 медийните планове за излъчване на търговските съобщения и свързаната с тях кореспонденция стават само по електронен път като електронни документи по смисъла на Закона за електронния документ и електронните удостоверителни услуги, чрез посочените в индивидуалния договор електронни пощи. Страните се съгласяват, че ако писмото/електронното изявление е произлязло от електронната поща на лице за контакт на някоя от страните, то писмото 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) Електронното изявление се счита за получено с постъпването му в посочената от адресата информационна система (e-mail за кореспонденция).

(4) Потвърждаване на получаването на електронно изявление не е необходимо, за да се смята, че е получено от адресата, освен ако страните са уговорили изрично друго.

(5) Страните се съгласяват, че в случаите на изпращане на електронна фактура чрез системата e-invoice, ако фактурата не бъде отворена (приета) от клиента – рекламодателя или агенцията в рамките на 5 дни от получаване на съобщението за зареждането

and duration of the commercial communications and period of the campaign, by email as electronic document according to the stipulations of art. 14 below.

(2) If the RADIO is unable to perform the order 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 RADIO's proposal.

(3) RADIO has the right to decline the positioning of a commercial communication by its discretion or in a certain time slot, if its commercial breaks have been already booked. RADIO coordinates the positioning of the commercial communication into another program with the advertiser or the agency as stipulated in para. 2 above.

Art. 13. RADIO commences the broadcasting of commercial communications as per the confirmed media plans after the necessary documents stated in the present General Sales Rules have been deposited.

Art. 14. (1) 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 media plans of broadcasting of commercial communications and any correspondence related to them shall be done only 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) The electronic statement shall be considered received upon its reception into the addressee-specified information system (e-mail for correspondence).

(4) Confirmation for the receipt of the electronic statement shall not be required for it to be considered received by the addressee, unless otherwise agreed-upon expressly by the parties.

(5) The parties hereby agree that, in case an electronic invoice has been submitted through the e-invoice system and the invoice has not been opened (accepted) by the client – advertiser or the agency within 5 days after receiving the message

й в системата e-invoice, то фактурата се счита за получена с изтичането на този срок.

(6) Относно времето на изпращане и получаване на електронното изявление и мястото на получаване и изпращане на електронното изявление се прилагат разпоредбите на Закона за електронния документ и електронните удостоверителни услуги.

Чл. 15. (1) Когато РАДИОТО прецени, че съдържанието на предоставено за излъчване търговско съобщение противоречи на разпоредбите на ЗРТ или други приложими норми на действащото законодателство или публично известната регулаторна практика, РАДИОТО има право да не стартира излъчването му, независимо от потвърдения медиен план, като уведомява рекламодателя или агенцията. Страните разглеждат и обсъждат всички доводи и преценяват заедно риска от излъчване.

(2) Търговските съобщения, чието съдържание РАДИОТО преценява за такова, което може да се сметне за насочено към увреждане на физическото, умственото и моралното развитие на малолетни и непълнолетни, включително съобразно критериите по чл. 7, ал. 1, т. 2 от Общите условия, 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 търговски съобщения, но могат да откажат своевременно излъчването им.

(3) РАДИОТО позиционира 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 ЗЗ и не излъчва търговски съобщения, за които прецени, че представляват пряка реклама на спиртни напитки по смисъла на ЗЗ.

(4) Преценката на РАДИОТО във връзка с горните текстове се формира съобразно нормите на действащото законодателство, публично известната регулаторна практика и Националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация".

(5) Спонсорски заставки, чието съдържание не отговаря на законовите изисквания или публично известната регулаторна практика, следва да бъдат преработени или заменени от рекламодателя.

(6) В случай че излъчването на търговско съобщение се прецени от Националният 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

for its upload in the e-invoice system, then the invoice shall be considered received upon the expiration of said term.

(6) Regarding the time for the receipt of the electronic statement and the place of receipt and sending of the electronic statement, the provisions of the Electronic Document and Electronic Authentication Services Act shall apply.

Art. 15. (1) When the RADIO considers that the content of a certain commercial communication 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 RADIO shall be entitled not to start its broadcasting regardless of the confirmed media plan, and it shall inform the advertiser or the agency. The parties discuss all the arguments and assess together the risk from the broadcasting.

(2) Commercial communications which content in the RADIO` judgment can be considered harmful to the physical, mental and moral development of minors and juveniles including according to the criteria pursuant to art. 7, par. 1, item 2 of General Sales Rules, 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 commercial communications to a different time zone but they can cancel their broadcasting in due time.

(3) The RADIO positions 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 RADIO`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 commercial communication violates the National ethical standards for advertising and commercial communication in Republic of Bulgaria and/or it advises the media service providers to stop the

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, РАДИОТО има право да преустанови излъчването на търговското съобщение, без това да се счита за неизпълнение, като рекламодателят дължи заплащане на излъчването от РАДИОТО на съответното търговско съобщение до неговото преустановяване.

(7) За обстоятелствата по предходните алинеи РАДИОТО уведомява рекламодателя или агенцията своевременно.

(8) В случаите, упоменати в настоящия член, РАДИОТО не носи отговорност за евентуални последващи неблагоприятни последици за рекламодателя и/или агенцията като например допълнителни разходи за преработване на клипове и заставки, закъснение на кампания и др.

Чл. 16. (1) РАДИОТО се задължава да излъчи всички потвърдени от него търговски съобщения съгласно одобрения медиен план, освен ако:

1. настъпят форсмажорни обстоятелства;
2. бъде установено по надлежен ред, че с излъчването на търговските съобщения се нарушават ЗРТ, ЗАПСП, ЗЗП, ЗМГО, ЗЗК, ЗЗ или друго приложимо законодателство и/или решение или разпореждане на НСС. В този случай излъчването на търговски съобщения може да бъде спряно, без това да води до неблагоприятни последици за РАДИОТО, до приключване на производството по законния ред.

(2) РАДИОТО има право да откаже/да не потвърди медиен план за излъчване на търговско съобщение, когато счете за целесъобразно да не излъчва заявеното търговско съобщение поради противоречие с негови вътрешни правила и процедури, програмни причини и др.

(3) По смисъла на настоящите Общи условия "форсмажорни обстоятелства" са: обявени режим "военно положение", режим "положение война" или друго извънредно положение, както и при кризи от невоенен характер като граждански вълнения, недостиг на суровини, природни бедствия, лоши метеорологични условия, технически повреди при излъчването извън контрола на РАДИОТО, повреди в електрозахранването, влезли в сила актове на държавни органи, спазване на правни норми или лицензионни условия, изпълнение на отговорността

broadcasting or to change the content of the commercial communication, the advertiser solely or through its serving agency is obliged to change the commercial communication as advised by the National Council for Self-Regulation at its own expense. If the advertiser refuses to comply with the decision of the National Council for Self-regulation, the RADIO is entitled to stop the broadcasting of the commercial communication, which shall not be considered non-performance and the advertiser owes payment for the actual broadcast by the RADIO of the respective commercial communication until its stop.

(7) RADIO 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 RADIO 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. 16. (1) The RADIO undertakes to broadcast all confirmed by it commercial communications as per the approved Broadcasting scheme unless:

1. force majeure circumstances occur;
2. it is properly established that the broadcasting of the 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 commercial communications may be stopped without any unfavorable consequences for the RADIO until the legal procedures are completed.

(2) RADIO is entitled to refuse / not to confirm a media plan for broadcast of commercial communication when by its estimation it considers appropriate not to broadcast the assigned commercial communication due to conflict with RADIO's internal policies and regulations, program arguments, etc.

(3) Within the meaning of the present General Sales Rules "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 RADIO's control, electric power breakdowns, effective legal acts of State Institutions, legislation changes, observance of legal norms or license conditions, performance of the responsibility for informing the public as well

за информиране на обществеността, както и друго непредвидено и/или непредотвратимо събитие или събитие/причина извън контрола на РАДИОТО.

(4) РАДИОТО се задължава да осигури подходящо техническо качество на излъчването, но не може да гарантира качество на приемането.

Чл. 17. (1) В случай на пропуск в излъчването на търговски съобщения по одобрените от страните по договора медийни планове, РАДИОТО компенсира рекламодателя в програмите със същия брой излъчвания в размер и позициониране, равностойни 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 изпълнение на индивидуалния договор от страна на РАДИОТО и се компенсират по реда на ал. 1.

V. Предоставяне на рекламни материали/търговски съобщения и документи

Чл. 18. (1) Рекламните материали се предоставят на РАДИОТО от рекламодателя или агенцията във формат и с качество, което е подходящо за радио излъчване, най-късно два пълни работни дни преди датата на излъчване.

(2) Файловете, подходящи за радио излъчване, се озаглавяват както следва: „Име на материал и времетраене“. Файловете следва да се изпращат към РАДИОТО със следната придружителна информация:

1. Агенция, рекламодател, продукт/услуга/търговска марка и краткото му описание;
2. Период на излъчване;
3. Първа дата на излъчване.

(3) В случай на замяна на рекламен материал, това следва да бъде заявено писмено към съответния представител на РАДИОТО, като новият файл се озаглавява „Име на материал и времетраене + за замяна“ и се изпраща заедно с периода на излъчване на заменящия рекламен материал като придружителна информация.

(4) При промяна на рекламен материал агенцията/рекламодателят следва да изискват потвърждение от РАДИОТО. При липсата на такова, РАДИОТО не носи отговорност за допуснати грешки.

(5) РАДИОТО не носи отговорност за допуснати неточности при излъчване на търговски съобщения, в случай че информация, посочена във формуляр по чл. 11, ал. 2 и/или информация съгласно ал. 2 и 3 по-горе е неточна и/или не съвпада и/или е налице дублиране на наименования с предходни заявки, или

as any other unforeseen and/or unavoidable event or event/reason beyond the RADIO's control.

(4) RADIO is obliged to provide an adequate technical quality of broadcasting but cannot guarantee the quality of receiving.

Art. 17. (1) In case of omission in the broadcasting of commercial communications according to the Broadcasting media plan approved by the parties to the contract, RADIO shall compensate the advertiser in the programs 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 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 RADIO and shall be compensated as provided in para. 1.

V. Providing advertising materials/commercial communications and documents

Art. 18. (1) The advertiser or the agency shall submit the advertising materials to the RADIO in a format and quality suitable for radio broadcasting at least 2 (two) full working days prior to the broadcasting date.

(2) The files suitable for radio broadcasting shall be titled as follows: "Name of material and duration". Files should be sent to the RADIO with the following accompanying information:

1. Agency, advertiser, product/service/brand and its brief description;
2. Broadcasting period;
3. First date of broadcasting.

(3) In case of substitution of an advertising material, this should be declared in writing to the respective RADIO representative and the new file being titled "Name of material and duration + replacement" together with broadcasting period for the replacing advertisement material should be sent as accompanying information.

(4) In case of change of an advertising material, the agency/advertiser has to require a confirmation by the RADIO. If such confirmation is missing, the RADIO cannot be held responsible for eventual mistakes.

(5) The RADIO shall not be responsible for any mistakes in the commercial communications' broadcasting, if the information, indicated on a template form under Art. 11, para. 2 and/or information under para. 2 and 3 above is incorrect and/ not matching and/or there is a repetition of

изобщо липсва посочено наименование на рекламния материал, или в други подобни случаи.

VI. Цени

Чл. 19. (1) Цените за излъчване на търговски съобщения се определят в действащата Тарифа за излъчване на търговски съобщения в съответната програма на bTV Radio Group.

(2) Тарифата по ал. 1 се счита за влязла в сила от публикуването ѝ на уеб-сайта на съответната радио програма и се прилага от тази дата към всички клиенти на РАДИОТО – рекламодатели и агенции.

(3) РАДИОТО има право да определи нарочни цени за излъчване на търговски съобщения в спортно първенство или в музикално събитие - концерт, който се излъчва на живо в програма на РАДИОТО. Цените се определят в нарочна Тарифа за съответното спортно първенство, респ. Тарифа за съответното музикално събитие.

(4) Смяната на тарифа се оповестява чрез публикуването на новата тарифа на уеб-сайта на съответната програма. От датата на публикуването на нова тарифа, тя става валидна за всички клиенти на РАДИОТО – рекламодатели и агенции. Медийните планове, които са заявени преди датата на публикуване на нова тарифа, следва да бъдат преизчислени по новата тарифа, валидна за месеца на излъчване.

(5) Разпоредбата на ал. 4 не се прилага в случаите, когато рекламодателят или агенцията са заплатили предварително заявените за излъчване търговски съобщения, както и в случаите, когато рекламодателят или агенцията са сключили с РАДИОТО индивидуален договор, с който гарантират изразходването на определен бюджет за излъчване на определен брой търговски съобщения.

(6) Всички клиенти на РАДИОТО имат право да получат преференциални условия и отстъпки в съответствие с действащите условия за предоставяне на отстъпки от РАДИОТО, които се прилагат при подписване на индивидуален договор за излъчване на търговски съобщения между РАДИОТО и рекламодател и/или агенция.

Чл. 20. (1) При промяна в официалния валутен курс на българския лев към еврото, отдел „Продажби“ преизчислява и коригира дължимите суми по заявени и частично или напълно излъчени Схеми на излъчване/медийни планове към съответните програми съобразно новия курс, като размерът на така дължимите суми в български лева бъде равен на дължимата от клиента сума, деноминирана в евро в

names with previous schemes or the name of the advertising material is missing or in other similar cases.

VI. Pricing

Art. 19. (1) The prices for broadcasting of commercial communications shall be determined by the Official Rate card for broadcasting in the respective program of bTV Radio Group.

(2) The Rate cards of the RADIO under para.1 shall be considered effective as of their publication on the respective radio program web site and shall be applicable from this date to all clients of the RADIO – advertisers and agencies.

(3) The RADIO is entitled to define explicit prices for broadcasting commercial communications in a sports championship or in a music event - concert, which shall be broadcasted live in a program of the RADIO. The prices shall be determined in a specific Rate card for the respective sports championship, resp. Rate card for the respective music event.

(4) Change of Rate card shall be announced through publication of the new Rate card on the respective program's website. As of the date a new Rate card has been published by the RADIO, it becomes effective and valid for all clients – advertisers and agencies. Media plans that have been ordered before the date of the publication of the new Rate card shall be recalculated according to the new Rate card valid for the month of broadcasting.

(5) The provision of para. 4 shall not apply in cases where the advertiser or the agency has paid commercial communications in advance, as well as in the cases when the advertiser or the agency has concluded an individual contract with the RADIO which guarantees the spending of a certain budget for the broadcasting of a certain number of commercial communications.

(6) Discounts and preferential conditions can be granted to all clients of the RADIO in accordance with the applicable conditions for the granting of discounts from the RADIO, which shall be applicable upon signing of an individual contract for broadcasting commercial communications between the RADIO and an advertiser and/or an agency.

Art. 20. (1) In case of change of the official BGN/EUR exchange rate, the Sales Department recalculates and corrects the amounts due under the ordered and partially or fully broadcasted Broadcasting schemes/media plans to the respective channels as per the new exchange rate so that the amount owed in BGN to be equal to the amount owed by the client, denominated in EUR

деня, предхождащ влизането в сила на промяната в официалния валутен курс, съответно преизчислена по новия курс лев/евро.

(2) За избягване на съмнение, РАДИОТО има право да прехвърля вземанията си от рекламодатели и/или агенции чрез договори за цесия, факторинг или други прехвърлителни способы.

VII. Начин на плащане

Чл. 21. (1) Заявените излъчвания се изчисляват по действащата, към датата на приемане на медийния план, тарифа за излъчване на търговски съобщения в съответната програма на bTV Radio Group, а при евентуална последваща промяна на тарифата се актуализират съобразно новата тарифа при спазване на условията на чл. 19.

(2) Всеки потвърден от отдел "Продажби" на РАДИОТО медиен план, трябва да бъде изцяло платен в срок до 5 (пет) дни от датата на издаване на фактурата от РАДИОТО. За време на плащане се приема денят и часът на заверяване на банковата сметка на РАДИОТО с дължимата сума. При промяна на банковата сметка, РАДИОТО уведомява писмено агенцията или рекламодателя за това обстоятелство на посочените в договора адреси за кореспонденция по чл. 14 от Общите условия.

(3) В случай на забава в плащането, при условие че плащането, извършено от рекламодателя или агенцията, не е достатъчно за да погаси всички дължими суми по фактурите, издадени от РАДИОТО, страните се съгласяват, че РАДИОТО има право да погасява задълженията по реда на тяхното възникване, започвайки от най-старото, независимо кое задължение са заявили че погасяват рекламодателят или агенцията и независимо от основанията за плащане, посочени в платежните документи.

Чл. 22. РАДИОТО има право да не започне излъчване на заявена кампания или по своя преценка да спре излъчването, в случай че не е получило дължимо плащане, без да дължи каквито и да е обезщетения или компенсации.

VIII. Годишен индивидуален договор с рекламна агенция/агенции

Чл. 23. (1) Рекламна агенция, обслужваща повече от един рекламодател, има възможност да сключи индивидуален договор с РАДИОТО с обща годишна бюджетна гаранция за излъчване на търговски съобщения на рекламодателите в програмите на bTV Radio Group.

on the day preceding the effective date of the change in the official exchange rate, resp. recalculated according to the new BGN/EUR exchange rate.

(2) For the avoidance of doubt, the RADIO is entitled to transfer its receivables from advertisers and/or agencies by way of cession agreements, factoring or other transfer methods.

VII. Payment methods

Art. 21. (1) The ordered broadcasts shall be calculated according to the Rate card of the bTV Media Group effective on the date of the order receipt. In case of changes in the Rate card the ordered schemes shall be updated in accordance with the new Rate card in compliance with art. 19.

(2) Every media plan approved by RADIO's Sales Department has to be paid fully within 5 (five) days from the date of issuance of the invoice by the RADIO. The payout time is the day and time of crediting the bank account of RADIO with the due amount. If the RADIO changes its bank account, the agency or the advertiser shall be informed for the change by a written notice sent to the addresses for correspondence stated in the contract pursuant to art. 14 of the General Sales Rules.

(3) In the event of any delay in payment, if the payment, made by the advertiser or the agency is not sufficient to cover all due amounts under the invoices, issued by the RADIO, the parties hereby agree that the RADIO is entitled to cover the oldest liability, regardless of the advertiser's or the agencies' indication as to which liabilities their payment is covering, and regardless of the grounds for payment indicated on the payment documents.

Art. 22. The RADIO is entitled not to start the broadcasting of an ordered campaign or in its discretion to suspend its broadcasting, without being liable for any remedies or compensations thereon, in case it has not received any due payment.

VIII. Annual individual contract with advertising agency/agencies

Art. 23. (1) Advertising agency which is servicing more than one advertiser, shall be enabled to conclude an individual contract with the RADIO with a total annual budget guarantee for broadcasting commercial communications of the advertisers – client of the agency in bTV Radio Group's programs.

(2) При условие че две или повече рекламни агенции принадлежат към една и съща група от дружества или са съществено свързани по смисъла на чл. 38, т. 7 по-долу, РАДИОТО има право да даде възможност на агенциите да сключат общо като страна индивидуален договор с РАДИОТО, с обща годишна бюджетна гаранция за излъчване на търговски съобщения на рекламодателите - клиенти на тези агенции в програмите на bTV Radio Group.

(3) Агенциите, страна по договор по ал. 2, са солидарно отговорни за плащанията, точното изпълнение на поетите гаранции, последиците при неизпълнение и всички останали условия по договора.

IX. Рекламации

Чл. 24. (1) При спор или рекламация от страна на рекламодателя или агенцията относно излъчването на търговските съобщения РАДИОТО се задължава да предостави копие от записа/-ите на излъчените търговски съобщения, които се проверяват в помещенията на РАДИОТО в присъствието на представители на двете страни, за което се съставя протокол.

(2) Искането за рекламация трябва да бъде направено не по-късно от 3 (три) месеца, считано от началото на излъчването на съответната кампания. В случай на закъсняла рекламация, РАДИОТО не дължи компенсации.

(3) В случай на приета рекламация, РАДИОТО дължи компенсация съгласно чл. 17.

X. Временно спиране на излъчване на търговско съобщение или кампания

Чл. 25. (1) РАДИОТО има право да спре временно излъчването на търговско съобщение без заплащане на обезщетения и неустойки, когато получи доказателства, че с неговото излъчване се нарушават права на трети лица.

(2) РАДИОТО уведомява незабавно рекламодателя или агенцията и предоставя информация на какво основание прекратява излъчването.

(3) Ако бъде доказано по надлежен ред, че претенциите на третите лица са неоснователни, РАДИОТО възобновява излъчването на търговските съобщения. Платената цена за неизлъчените, но заявени търговски съобщения, ако има такава, се приспада от последващото плащане.

Чл. 26. В случай, че не е получило дължимо плащане в срок, РАДИОТО има право да спре временно излъчването на рекламна кампания при условията на чл. 22 и/или да спре изпълнението на което и да е

(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 art. 38, item 7 below, the RADIO may enable the agencies to conclude jointly as a party an individual contract with the RADIO with a total annual budget guarantee for broadcasting commercial communications of the advertisers - clients of any of these agencies in bTV Radio Group's programs.

(3) The agencies which are party to an individual contract under para. 2, shall be jointly liable for the payments, exact performance of the undertaken guarantees, consequences in case of non-fulfillment and all other conditions under the contract.

IX. Claims

Art. 24. (1) In case of a disagreement or a claim lodged by the advertiser or the agency regarding the broadcasting of commercial communications, the RADIO shall submit a copy of the recorder(s) of the broadcasted commercial communication(s) which shall be checked on the premises of the RADIO in the presence of representatives of both 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 RADIO owes no compensations in case of delayed claim.

(3) If the claim is duly accepted, the RADIO owes compensation pursuant to art. 17.

X. Temporary suspension of broadcasting of a commercial communications or a campaign

Art. 25. (1) The RADIO has the right to temporarily suspend the broadcasting of a commercial communication without owing any compensations and penalties, in case it receives evidences that the broadcasting violates third parties' rights.

(2) The RADIO immediately notifies the advertiser or the agency and provides information about the grounds on which the broadcasting has been suspended.

(3) If the third parties' claims are duly proved to be groundless, the RADIO resumes the broadcasting of the suspended commercial communications. The paid price of the ordered but unaired commercial communications, if there is any such paid price, shall be deducted from the next due payment.

Art. 26. If the RADIO does not receive any payment in term it may temporarily suspend the airing of an advertising campaign pursuant to the provisions of art. 22 and/or stop the execution of any of its

свое задължение по договора, като възобновява излъчването и съответно изпълнението на задължението си след ефективното получаване на дължимото плащане. В тези случаи РАДИОТО не дължи каквито и да е компенсации, обезщетения или неустойки.

XI. Срок за излъчване и прекратяване на договорите за излъчване на търговски съобщения

Чл. 27. (1) Срокът се определя в индивидуалния договор или с възлагането за излъчване на търговско съобщение в програма на bTV Radio Group.

(2) Договорът се прекратява с изтичане на определения в него срок, в случай че са изпълнени задълженията на страните по договора. Договорът може да бъде прекратен преди изтичане на срока по взаимно писмено съгласие на страните, като последиците от предварителното прекратяване се уреждат в споразумение за прекратяване, подписано между страните или в подписан от страните нарочен протокол.

Чл. 28. (1) Рекламоателят и агенцията, които са страна по индивидуалния договор, имат право да развалят договора при системно неизпълнение по вина на РАДИОТО на задължението за компенсиране по чл. 17 от Общите условия, при условие че е отправено писмено оплакване от страна на рекламоателя или агенцията и РАДИОТО не е преустановило или отстранило нарушението в срок до един месец от получаване на оплакването.

(2) РАДИОТО може да развали договора при системно неизпълнение от страна на рекламоателя или агенцията на задължение по договора, при условие че е отправено писмено оплакване от страна на РАДИОТО и задължението не е изпълнено в срок до един месец от получаване на оплакването.

(3) По смисъла на предходните алинеи на този член „системно“ е два или повече пъти за срока на договора.

Чл. 29. (1) В случай че агенцията или рекламоателят забавят плащане по договора с повече от 60 дни от датата на падежа, РАДИОТО има право да развали договора незабавно, без предизвестие.

(2) При всички случаи на разваляне на договора, в които агенцията и рекламоателят са изправни страни, РАДИОТО дължи връщане на предплатените суми, ако има такива, които не са усвоени (за които не са излъчени търговски съобщения) до датата на разваляне на договора.

obligations. The broadcasting and respectively the execution of the obligation shall be resumed after receipt of the due payment. In these cases the RADIO owes no compensations, remedies or penalties.

XI. Term of broadcasting and termination of the contracts for broadcasting of commercial communications

Art. 27. (1) The term is defined in the individual contract or with the order for broadcasting of commercial communication in a program of bTV Radio Group.

(2) The contract is terminated with the expiration of its term, if the parties' contract obligations are executed. 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. 28. (1) The advertiser and the agency which are parties to an individual contract have the right to rescind the contract in case of systematic failures of the RADIO due to its fault to execute its obligation for compensation pursuant to art. 17 of General Sales Rules, provided that a written claim has been sent by the advertiser or agency and the RADIO has not suspended or eliminated the violation within one month after receiving the written claim.

(2) The RADIO may rescind the contract in case of systematic failures of the advertiser or the agency to execute any contract obligation, provided that a written claim has been sent by the RADIO and the obligation has not be executed within one month after receiving the written claim.

(3) Within the meaning of the preceding paragraphs "systematic" means twice or more than twice throughout the validity term of the contract.

Art. 29. (1) If the advertiser or the agency delays any payment under the contract with more than 60 days from the maturity date, the RADIO has the right to terminate immediately the contract without giving a notice.

(2) In all cases of termination of the contract when the agency and the advertiser are parties duly performing their obligations the RADIO shall return the prepaid amounts, if there are any, which have not been assimilated (for which any commercial communications have not been broadcasted) up to the date of contract termination.

(3) При прекратяване на действието на договора, ако РАДИОТО е излъчило търговски съобщения, за които не е получило плащане от рекламодателя или от агенцията, рекламодателят и съответно агенцията, ако е страна по договора, се задължават солидарно да заплатят всички дължими суми незабавно след прекратяване на действието на договора. За избягване на съмнение настоящата разпоредба е приложима и действа и след прекратяване на действието на договора.

Чл. 30. Ако в срока на договора изпълнението му бъде възпрепятствано от решение на регулаторен орган, приети нормативни или административни актове, то РАДИОТО има право да прекрати договора с уведомление, изпратено до агенцията и рекламодателя, без страните да си дължат каквито и да било обезщетения, като в десетдневен срок от прекратяването РАДИОТО възстановява на агенцията или на рекламодателя съответната част от предплатените суми, ако има такива, които не са усвоени до момента на прекратяването.

XII. Последици при неизпълнение на договора

Чл. 31. (1) В случай на неизпълнение на гаранция или задължение, договорено в индивидуален договор, се прилагат следните условия:

1. при неизпълнение на гарантирания нет бюджет за излъчване на радио търговски съобщения в програмите на bTV Radio Group, се дължи неустойка, както следва:

1.1. при до 10% неизпълнение - 10% от разликата между гарантирания и реално постигнатия бюджет;

1.2. при до 20% неизпълнение - 20% от разликата между гарантирания и реално постигнатия бюджет;

1.3. при до 30% неизпълнение - 30% от разликата между гарантирания и реално постигнатия бюджет;

1.4. при над 30% неизпълнение - 50% от разликата между гарантирания и реално постигнатия бюджет.

2. при всеки от описаните по-горе в т. 1 случаи, се дължи и заплащане на процент от общата стойност на всички бонуси, остойностени по тарифата на РАДИОТО, валидна към датата на излъчването им, който съответства на процента на неизпълнение на общия гарантиран нет бюджет.

3. при неизпълнение на гаранция, която е основание за предоставяне на отстъпка съгласно действащите условия за предоставяне на отстъпки от РАДИОТО за периода на излъчване, РАДИОТО преизчислява всички излъчени Схеми на излъчване, за да се определи и приложи коригирана цена съобразно

(3) Upon termination of the contract if the RADIO has broadcasted commercial communications without being paid by the advertiser or the agency, the advertiser, respectively the agency if it is a party to the contract, are jointly obliged to pay immediately after the termination of the contract all amounts due to the RADIO. For avoidance of doubt, the present paragraph shall remain applicable and valid even after the termination of the contract.

Art. 30. If during the term of the contract its execution is prevented by a decision of a regulatory institution, adopted legal or administrative acts, the RADIO has the right to terminate the contract by sending to the advertiser and the agency a notification and the parties do not owe any compensation. In ten days after the termination, the RADIO shall return to the agency or the advertiser the respective part of prepaid amounts, if there are any, which are not assimilated until the termination of the contract.

XII. Consequences upon Non-fulfillment of the Contract

Art. 31. (1) Upon any failure to observe a guarantee or an obligation agreed upon in the individual contract, the following conditions shall apply:

1. upon non-fulfillment of the guaranteed net budget for broadcasting of commercial communications in the programs of bTV Radio Group, the following penalty shall apply:

1.1. with up to 10% non-fulfillment - 10% of the difference between guaranteed and actual budget;

1.2. with up to 20% non-fulfillment - 20% of the difference between guaranteed budget and actual budget;

1.3. with up to 30% non-fulfillment - 30% of the difference between guaranteed and actual budget;

1.4. with over 30% non-fulfillment - 50% of the difference between guaranteed budget and actual budget.

2. for each of the cases described above in item 1, the advertiser and/or the agency owes payment of a percentage of the total value of all bonuses which corresponds to the percentage of failure to meet the total guaranteed net budget. The value of the bonuses is calculated according to the Rate card of the RADIO, valid at the date of their broadcasting.

3. Upon any failure to observe a guarantee as ground for granting discount under the current conditions for the granting of discounts by the RADIO for the broadcasting period, the RADIO shall recalculate all Broadcasting schemes which have already been broadcasted in order to determine

нивото на отстъпката, съответстващо на реалното изпълнение на съответната гаранция/задължение, за което е предоставена отстъпката. Клиентът дължи заплащане на разликата между преизчислената дължима сума по реда на предходното изречение и сумата съобразно първоначално предоставената отстъпка.

(2) В случай че рекламодателят използва услугите на агенция, плащанията по ал. 1 се дължат от агенцията и рекламодателя солидарно към РАДИОТО в 10 дневен срок от получаване на уведомление от страна на РАДИОТО.

(3) В случай на неспазване на сроковете за плащане, рекламодателят дължи на РАДИОТО неустойка в размер на 1/360 част от основния годишен лихвен процент на Българска народна банка за периода, увеличен с 20 (двадесет) пункта, за всеки ден забава, считано от датата на падежа. В случай че рекламодателят използва услугите на агенция, неустойката за забавено плащане се дължи от агенцията и рекламодателя солидарно към РАДИОТО.

(4) В случай че агенцията или рекламодателят не изпълни някое от задълженията си по този член, РАДИОТО има право да потърси реализация на правата си по съдебен ред, както и също да се отклони от обичайната си практика като при следващ договор с агенцията и/или рекламодателя има право да не предостави отстъпки, докато не бъдат изпълнени всички задължения.

(5) Настоящият член се прилага и след прекратяване на действието на индивидуалния договор, респ. след излъчването на радио търговски съобщения.

Чл. 32. Във всеки случай на разваляне на договора поради причина, за която рекламодателят или агенцията като страна по договора отговарят, РАДИОТО преизчислява всички излъчени Схеми на излъчване по действащата Тарифа на РАДИОТО към датата на излъчване на съответната кампания, без прилагане на отстъпките и рекламодателят и агенцията солидарно дължат връщане на отстъпките, които са предоставени по реда на договора - т.е. на разликата между преизчислената дължима сума по Тарифата на РАДИОТО и сумата съобразно предварително предоставените отстъпки, в 10 дневен срок от получаване на уведомление от страна на РАДИОТО.

XIII. Изменение на Общите условия

Чл. 33. (1) Настоящите Общи условия могат да бъдат изменени от РАДИОТО едностранно. Изменените и/или допълнени Общи условия се публикуват на уеб сайтовете на програмите на bTV Radio Group.

(2) Рекламодателят и агенцията, ако е страна по договор, се уведомяват за настъпилите промени в

and apply the corrected price according to the applicable discount rate, corresponding to the actual performance of the client of the respective guarantee/obligation for which the discount has been granted. The client owes payment of the difference between the recalculated amount due under the procedure of the preceding sentence and the amount with the initially granted discount.

(2) If the advertiser uses the services of an agency, the payments under para.1 shall be due by the agency and the advertiser jointly to the RADIO within 10 days from receiving a notification from the RADIO.

(3) Upon any failure to observe the terms for payment, the advertiser owes to the RADIO a default payment to the amount of 1/360 of the base annual interest rate of the Bulgarian National Bank for the period, increased by 20 (twenty) points for each day overdue, after the maturity date. If the advertiser uses the intermediation of an agency, the advertiser and the agency jointly owe the default payment.

(4) Should the agency or the advertiser fails to perform any of its obligations under this article, the RADIO shall be entitled to seek its rights in court, as well as to deviate from its usual practice and refuse to grant any discounts under any subsequent agreement with the agency and/or the advertiser until all obligations hereunder have been performed.

(5) This article shall apply even after the termination of the individual contract or the broadcasting of commercial communications.

Art. 32. In all cases of termination of the contract due to any reason for which the advertiser or agency as party to the contract are responsible, the RADIO shall recalculate all broadcasted Broadcasting schemes under the official Rate card of the RADIO as of the date of the broadcast of the respective campaign without application of the discounts and the advertiser the agency jointly owes the returns of the concessions granted under the contract - that is, of the difference between the recalculated amount due under the official Rate card of the RADIO and the amount according to the previously granted concessions, within 10 days from receiving a notification from the RADIO.

XIII. Amendment to the General Sales Rules

Art. 33. (1) The present General Sales Rules may be amended unilaterally by the RADIO. The amended and/or supplemented General Sales Rules shall be published on the bTV Radio Group's web site.

(2) The advertiser and the agency, if it is a party to a contract, shall be informed for the amendments

Общите условия чрез публикуването им на уеб сайтовете на програмите на bTV Radio Group или със съобщение по електронна поща, като имат възможност в 7-дневен срок от публикуването да се запознаят с тях. В случай че в този срок от тях не постъпи писмено несъгласие с направените промени, те ги обвързват и се прилагат при взаимоотношенията им с РАДИОТО.

XIV. Конфиденциалност

Чл. 34. (1) РАДИОТО, рекламодателят и агенцията се задължават да не разкриват под каквато и да било форма информация, съставляваща търговска тайна, на трето лице (с изключение на филиалите си, одитори и юридически съветници), освен ако предварително 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 РАДИОТО са конкретни факти, информация и данни, свързани с хода на преговорите, съдържанието и уговорките по сключени индивидуални договори, имена на рекламодатели, 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 РАДИОТО, ноу-хау, практически опит и лични данни на служителите му. Разкриването на информация, съставляваща търговска тайна, се смята за съществено нарушение и може да доведе до прекратяване на сключения договор по вина на страната, допуснала разкриването на информация. Не се смята за разкриване на търговска тайна информацията за факта на сключване на 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 договор за излъчване на търговски съобщения 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 чл. 34 и настоящия член.

Чл. 36. За нарушаване на задължение по чл. 34 и чл. 35 неизправната страна дължи на изправната неустойка, в размер на 10% (десет на сто) от стойността на договора, но не повече от 5 000 лв. При настъпили вреди в по-голям размер от уговорената

of the General Sales Rules through their publication on the web site of the bTV Radio Group or by an e-mail message and they shall be entitled within 7 days from the publication to get acquainted with amendments. If no written disagreement is submitted by them within this term, the amendments are considered binding and shall be applicable in their relations with the RADIO.

XIV. Confidentiality

Art. 34. (1) The RADIO, the advertiser and the agency undertake not to disclose in any form information that is a trade secret to third parties (except its affiliated companies, auditors and legal advisers) unless an explicit written consent has been received in advance by the other party or if the respective party is obliged by law.

(2) Pursuant to the present General Sales Rules, RADIO's trade secret are specific facts, information and data, connected with the negotiations, content and stipulations of the signed individual and framework contracts, names of the advertisers, guaranteed budgets, terms of execution, guarantees, preferential conditions and discounts, rights and obligations of the parties, agreements in case of non-fulfillment, as well as information for the organization and commercial activity of the RADIO, know-how, practical experience and personal data of its employees. The disclosure of information that is a trade secret shall be treated as substantial violation and may lead to termination of the signed contract by the fault of the party which has allowed the disclosure of information. The disclosure of the fact of signing the contract is not considered as disclosure of a trade secret.

(3) Any information of the party which has explicitly been announced as non-confidential by the same party or has been made public by the selfsame party is not considered confidential.

Art. 35. Each party to the contract for broadcasting of commercial communications is obliged not to damage the good name of the counterparty and/or its employees, as well as to demand from its employees and subcontractors to observe the obligations and restrictions pursuant to art. 34 and this article.

Art. 36. For violation of any of the obligations pursuant to art. 34 and art. 35 the delinquent party owes the correct party a penalty in amount of 10% (ten percent) of the contract value, but not more than BGN 5 000 (five thousand). If the amount of

неустойка, РАДИОТО си запазва правото да претендира всички вреди - претърпени загуби и пропуснати ползи над тази сума.

XV. Недействителност

Чл. 37. Страните декларират, че в случай че някоя от клаузите на настоящите Общи условия 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 повелителни норми на закона.

XVI. Дефиниции

Чл. 38. По смисъла на настоящите Общи условия, Тарифата на РАДИОТО и индивидуалните договори:

1. Програми/радиопрограми на bTV Radio Group са: N-JOY, Z-ROCK, JAZZ FM, CLASSIC FM, BTV RADIO и други радиопрограми, в случай че такива бъдат добавени от „Радиокомпания Си.Джей“ ООД или от „БТВ Медиа Груп“ ЕАД.

2. Нетен бюджет: сумата, ефективно изразходвана от рекламодателя за излъчване на търговски съобщения в програмите на bTV Radio Group след начисляване на отстъпки и преди начисляването на ДДС.

3. Схема на излъчване: подаден от клиента медиен план, остойностен и потвърден от РАДИОТО.

4. Работният ден е всеки ден от 09:00 до 18:00 часа, извън събота, неделя и официални празнични и неработни дни в Република България.

5. Тарифа на РАДИОТО: Тарифа за излъчване на търговски съобщения в съответната програма на bTV Radio Group.

6. Ако не е изрично посочено друго, цените и всякакви други суми в настоящите Общи условия, в индивидуалните договори, в Тарифата на РАДИОТО и в други документи във връзка с излъчването на търговски съобщения от РАДИОТО, са в лева и не включват ДДС.

7. Приема се, че рекламни агенции принадлежат към една и съща група от дружества или са съществено свързани, 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 капитала или от бизнес активите на друга агенция или има право да упражнява повече от половината от гласовете в Общото събрание на друга агенция; или

б) повече от половината от капитала или от

the damages is bigger than the agreed penalty, the RADIO reserves its right to claim all damages – losses incurred and lost profits beyond that amount.

XV. Invalidity

Art. 37. The parties declare that if one or more of the clauses of these General Sales Rules 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 Sales Rules. The invalid clause shall be replaced by the imperative legislation norms.

XVI. Definitions

Art. 38. According to present General Sales Rules, the official Rate card of the RADIO and the individual contracts:

1. Programs/radio programs of the bTV Radio Group are: N-JOY, Z-ROCK, JAZZ FM, CLASSIC FM, BTV RADIO and other radio programs, if such are added by "Radiocompany CJ" OOD or "BTV Media Group" EAD.

2. Net budget: the amount effectively spent by the advertiser for broadcast of commercial communications in bTV Radio programs after making discounts and before charging VAT.

3. Broadcasting Scheme: a media plan assigned by the client, valued and confirmed by the RADIO.

4. The working day is from 09:00 am till 06:00 pm on days other than Saturday, Sunday and official holidays and non-working days in Bulgaria.

5. Official Rate card of the RADIO: the official Rate card for broadcasting of commercial communications in the respective program of bTV Radio Group.

6. Unless otherwise explicitly specified, the prices and any other sums, indicated in the present General Sales Rules, the individual contracts, the Rate cards of the RADIO and in other documents in relation to the broadcasting of commercial communications by the RADIO, are in BGN and do not include VAT.

7. It shall be considered that advertising agencies belong to the same group of companies or are materially related, if one of the following conditions is met:

a) One agency (or a majority-owned subsidiary of that agency) owns more than half the capital or business assets of another agency or has the power to exercise more than half of voting rights in the General meeting of another agency; or

b) More than half of the capital or the

правото на глас в агенциите са пряко или непряко притежание на едно и също лице (т.е. агенциите са дъщерни дружества на една и съща икономическа група); или

в) налице е идентичност в лицата, управляващи агенциите: най-малко половината от членовете на Управителния съвет/Съвета на директорите на агенциите и/или законните представители на агенциите, които заедно или поотделно имат право да представляват съответната агенция, са едни и същи лица; или

г) една агенция (или дъщерно дружество на тази агенция, в което тя има мажоритарно участие) има право да назначава повече от половината от членовете на Управителния съвет/Съвета на директорите или, в случай на дружества, които нямат такъв съвет – право да назначава законните представители на друга агенция; или

д) една агенция (или дъщерно дружество на тази агенция, в което тя има мажоритарно участие) притежава по-малко от половината от капитала, от бизнес активите и/или има право да упражнява по-малко от половината от гласовете в Общото събрание на друга агенция, но има право да блокира стратегически решения на друга агенция (съвместен контрол с друго предприятие) чрез упражняване на съществено право на вето върху търговската политика на другата агенция); или

е) агенциите са били преценени към по-ранен момент като обща икономическа група от българската Комисия за защита на конкуренцията или от Европейската комисия и от датата на тази преценка не са настъпили съществени промени в основанията за това решение.

В случай че посредством публично достъпната информация РАДИОТО няма възможност да установи и/или да провери спазването на условие по буква а) до е), агенциите, които твърдят неговото наличие, следва валидно да удостоверяват съответната свързаност пред РАДИОТО.

XVII. Приоритети

Чл. 39. 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.

XVIII. Заключителни условия

Чл. 40. В своята стопанска дейност и взаимоотношения РАДИОТО, рекламодателите и

voting rights of the agencies are ultimately held, directly or indirectly, by the same holding entity or person (i.e. agencies are subsidiaries of the same economic group); or

c) There is identity of the persons managing the agencies: at least half of the members of the Management board/Board of directors of the agencies and/or one or more of the statutory representatives of the agencies who jointly or separately are authorised to represent the respective agency, are one and the same persons; or

d) One agency (or a majority-owned subsidiary of that agency) has the power to appoint more than half of the members of the Management board/Board of directors or, in case of companies not having a board – the statutory representatives of another agency; or

e) One agency (or a majority-owned subsidiary of that agency) holds less than half the capital, the business assets and/or has the power to exercise less than half of voting rights in General meeting of the other agency, but has the power to block strategic decisions of another agency (joint control with another undertaking) through the exercise of material veto rights on the business policy of the other agency; or

f) The agencies have previously been treated as single economic entity by the Bulgarian competition authority or the European Commission and there have not been any significant changes in the reasons underlying that decision since the date of that assessment.

In case public information does not enable RADIO to ascertain and/or verify the meeting of a condition under (a) to (f), the agencies which claim its presence must validly demonstrate the respective relation link to the RADIO.

XVII. Priorities

Art. 39. 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 Sales Rules.

XVIII. Final Provisions

Art. 40. In their business activities and relationships the RADIO, advertisers and

рекламните агенции се ръководят от стандарти за отговорно поведение и действащата нормативна уредба, включително по отношение приложими забрани, като забрана за корупция и други ограничения. При съмнение, РАДИОТО запазва всичките си права в тази връзка.

Чл. 41. (1) За неуредените въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

(2) 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 са изготвени на български и английски език, като в случай на несъответствие между текстовете е валиден българският текст.

Настоящите Общи условия са в сила от 01.01.2022 г.

advertising agencies are guided by standards of responsible behavior and effective regulations, including applicable prohibitions such as ban for corruption and other restrictions. When in doubt, the RADIO reserves all of its rights in this respect.

Art. 41. (1) The effective legislation of the Republic of Bulgaria shall be applicable for all unsettled issues.

(2) All arguments related to the interpretation and implementation of the individual and framework contracts and the present General Sales Rules 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.

These General Sales Rules are made in Bulgarian and English language and in case of discrepancies between the clauses the version in Bulgarian language shall prevail.

These General Sales Rules are effective as of 01.01.2022.