

**ОБЩИ УСЛОВИЯ НА НОУБОКС ООД
ЗА ПЕЧАТ, РАЗПРОСТРАНЕНИЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ НА РЕКЛАМИ
И РЕКЛАМНИ ФОРМИ В ОФИС МРЕЖАТА НА ИЗИПЕЙ**

I. ПРЕДМЕТ НА ОБЩИТЕ УСЛОВИЯ

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

Чл.2. Отношенията между АГЕНЦИЯТА и всеки рекламодател и/или рекламна агенция, желаещи печат, разпространение и излъчване на реклами/рекламни форми срещу възнаграждение по рекламните канали на Доставчика, се уреждат въз основа на договор между страните, който изрично регламентира прилагането на настоящите Общи условия. В случай на противоречие между Общите условия и предвиденото в индивидуалния писмен договор между страните, договърът има предимство.

Чл.3. В определени случаи, по преценка на АГЕНЦИЯТА, отношенията с рекламодател и/или рекламна агенция се уреждат въз основа на изготвен медия план или оферта, съдържаща медия план, изпратени от едната страна до другата страна по електронен път. Така изпратен медия план или оферта имат обвързваща сила за страните от момента на получаване на съгласие от другата страна. Съгласието се изпраща по електронен път. В тези случаи настоящите Общи условия се прилагат в отношенията между страните, за което страните изрично се съгласяват с одобряването на офертата/медия план.

Чл.4. АГЕНЦИЯТА не носи отговорност за непредоставяне на услугите при настъпване на обстоятелства извън нейния контрол, случаи на непреодолима сила, случайни събития, проблеми в глобалната Интернет мрежа, и в непредоставянето на услуги извън контрола на Доставчика, както и в случай на нерегламентиран достъп или интервенция на трети лица във функционирането на информационната система.

Чл.5. Настоящите Общи условия могат да бъдат променяни едностранно от АГЕНЦИЯТА. Всички промени в настоящите Общи условия се публикуват в сайта на АГЕНЦИЯТА.

Чл.6. По всички, неуредени от настоящите Общи условия, въпроси се прилагат разпоредбите на действащото законодателство на Република България.

II. ДЕФИНИЦИИ

Чл.7. „Доставчик“ е „Изипей“ АД - дружеството, което е собственик на софтуерно и хардуерно оборудване на системата EPSA, както и на рекламни канали за печат, разпространение и излъчване на реклами и рекламни форми в офис мрежата си, и което предоставя на „НОУБОКС“ ООД, съгласно подписан договор, правото да ползва системата EPSA, както и да набира реклама, разпространявана чрез рекламните канали на „Изипей“ АД.

Чл.8. „Агенция“ е „НОУБОКС“ ООД - дружеството, на което е предоставено от Доставчика правото да ползва системата EPSA, както и да набира реклама, разпространявана чрез рекламните канали на Доставчика.

Чл.9. **"Реклама"** е всяко публично съобщение, разпространено и/или излъчено в рекламните канали на Доставчика, във връзка с търговия, занаят или професия, имащо за цел да насърчи продажбата, покупката или наемането на стока или услуга, включително на недвижима собственост, да съдейства за популяризирането на кауза или идея или да предизвика друг ефект, желан от рекламирация. За това съобщение, на рекламодателя е предоставена възможност да използва рекламните канали на Доставчика срещу заплащане или друго подобно възнаграждение.

Чл.10. **"Средства за подсъзнателни внушения в рекламата"** са индиректни специфични (включително и технически) методи за рекламиране, които не са обозначени като реклама и не се разпознават от аудиторията, като: използване на двадесет и пети кадър, излъчване на инфразвук и други подобни. Тези средства формират подсъзнателна психическа реакция и нагласа в аудиторията към рекламираните стоки, услуги и т.н.

Чл.11. **"Заблуждаваща реклама"** е всяка реклама, която по всякакъв начин, включително нейното представяне, подвежда или може да подведе лицата, до които е адресирана или достига, и поради подвеждащия си характер може да повлияе на тяхното икономическо поведение.

Чл.12. **"Непочтена реклама"** е всяка реклама, която:

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

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

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

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

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

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

Чл.13. **"Офис мрежата на Изипей"** включва всички собствени офиси-каси на Доставчика, както и всички офиси на партньори, в които са поставени монитори с цел излъчване на реклама, или са налице други рекламни канали.

Чл.14. **"Рекламодател или рекламна агенция"** е всеки клиент на АГЕНЦИЯТА, реализирал рекламна кампания в рекламните канали на Доставчика, съгласно настоящите Общи условия.

III. ОБЩИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ РЕКЛАМИТЕ

Чл.15. Всички реклами трябва да бъдат добросъвестни и честни. Рекламите не трябва да бъдат заблуждаващи и не трябва да вредят на интересите на потребителите.

Чл.16. В рекламите, насочени към децата или в които се използват деца, трябва да се избягва всичко, което може да увреди техните интереси, и да се отчита тяхната особена чувствителност.

Чл.17. Рекламата следва да е съобразена с изискванията за лоялна конкуренция, съгласно действащото законодателство.

Чл.18. Рекламата не може да насърчава поведение, вредно за здравето или личната сигурност на гражданите, както и поведение, с което се увреждат животните или околната среда.

Чл.19. Рекламите на стоки и услуги, за чието производство или търговия се изисква специално разрешение, могат да бъдат излъчени и разпространени само след като рекламодателят представи необходимото разрешение.

Чл.20. Молитвени домове, храмове, манастири, предмети и лица, свързани с богослужебната дейност, не могат да бъдат използвани за реклама от търговци по смисъла на Търговския закон, без изричното съгласие на съответното вероизповедание.

Чл.21. Всички реклами се излъчват или разпространяват само на български език. Всички запазените търговски марки, общоприетите форми и търговски послания се излъчват и разпространяват чрез изписване с обичайния им шрифт, лого и запазен знак.

IV. ЗАБРАНЕНИ РЕКЛАМИ

Чл.22. Не се допуска приемането, печата, разпространението и излъчването на реклама в офис мрежата на Изипей, съдържаща конкретни предложения за работа или подтикваща към смяна на професионалното поприще.

Чл.23. Не се допуска приемането, печата, разпространението и излъчването на реклама в офис мрежата на Изипей, съдържаща послание от кредитни институции.

Чл.24. Забраняват се приемането, печата, разпространението и излъчването на заблуждаваща реклама, непочтена реклама, както и използването на средства за подсъзнателни внушения в рекламата.

Чл.25. Забранени са реклами на тютюневи изделия и цигари, както и на тютюнопушенето.

Чл.26. Забранява се всякаква реклама на наркотични вещества и на техните препарати, както и на други психотропни вещества.

Чл.27. (1) Непряката реклама на спиртни напитки и рекламата на вино и бира не може:

- да е насочена към лица под 18-годишна възраст;
- да използва лица под 18-годишна възраст като участници;

- да свързва употребата на алкохолни напитки със спортни и физически постижения или с управление на превозни средства;
- да съдържа неверни твърдения относно полза за здравето, социално или сексуално благополучие или да представя въздържанието или умереността в отрицателна светлина;
- да насърчава прекалената консумация на алкохолни напитки;
- да подчертава прекомерно алкохолното съдържание на напитките.

(2) По смисъла на предходната алинея "непряка реклама" е всяка форма на търговско послание, съобщение, препоръка или действие, която използва име или фабрична марка на алкохолна напитка, както и име или фабрична марка на производител на алкохолни напитки върху продукти и стоки, които не са алкохолни напитки.

Чл.28. Забраняват се всички форми на реклама на неконвенционални методи, включително свързането им с дейности по профилактика, диагностика, лечение и рехабилитация.

Чл.29. Медицинските специалисти, както и лечебните заведения, не могат да използват за своята дейност търговска реклама.

Чл.30. (1) Рекламите на медикаменти и на медицинско лечение, които са достъпни само по лекарско предписание, се забраняват.

(2) Рекламите на останалите медикаменти и другите видове медицинско лечение трябва ясно да се отличават като такива, да бъдат честни, правдиви, да се поддават на проверка и да бъдат в съответствие с изискването да нямат вредно въздействие върху лицата.

Чл.31. Забранява се реклама, съдържаща порнография или подтикваща към насилие или незачитане на човешкото достойнство, както и към поведение, което нарушава обществения ред и общоприетите морални норми. Не се допускат реклами с еротично съдържание с участие на малолетни и непълнолетни или предназначени за тях.

Чл.32. Не се допуска разпространяването на реклами в офис мрежата на Изипей, които са основани на национална, политическа, етническа, религиозна, расова, полова или друга дискриминация.

Чл.33. (1) Рекламата, насочена към непълнолетни, трябва да отговаря на следните условия:

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

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

Чл.34. (1) Забранява се използването на реклами, с които се уврежда доброто име и доверието към конкурентите, както и на предлаганите от тях стоки или услуги чрез твърдение или разпространяване на неверни сведения, както и чрез представяне на факти в изопачен вид.

(2) Забранява се приписването чрез реклама на несъществуващи качества на стоки или услуги при сравняване със стоките или услугите на конкурентите, както и приписване на несъществуващи недостатъци на стоките или услугите на конкурентите.

Чл.35. (1) Забранява се премълчаването или прикриването на съществени недостатъци или на опасни свойства на рекламираните стоки или услуги.

(2) Забранява се въвеждането в заблуждение относно съществени свойства на стоките или услугите или относно начин на използване на стоките или предоставяне на услугите чрез твърдение на неверни сведения или чрез изопачаване на факти в реклама.

(3) Забранява се рекламата на стоки или услуги, които не са на разположение за задоволяване на потребителското търсене или са в недостатъчно количество.

(4) Забранява се използването на заблуждаващи съобщения за цени, за намаляване на цени и за други търговски условия при рекламиране на стоки или услуги.

Чл.36. (1) Забранява се рекламата на стоки или услуги с външен вид, опаковка, маркировка, наименование или други белези, които заблуждават или могат да доведат до заблуждение относно произхода, производителя, продавача, начина и мястото на производство, източника и начина на придобиването или на използването, количеството, качеството, естеството, потребителските свойства и други съществени характеристики на стоката или услугата.

(2) Забранява се реклама чрез използването на фирма, марки или отличителен знак, идентични или близки до тези на други лица, по начин, който може да доведе до увреждане интересите на конкурентите и/или на потребителите.

Чл.37. Реклама на продукт за растителна защита може да се извършва само в съответствие с данните и условията, при които е регистриран в Република България. Всяка реклама на продукт, който не е регистриран за употреба в страната, е забранена.

Чл.38. (1) Забранява се прякото рекламиране на хазартни игри.

(2) Допуска се обявяване на:

- наименованията на игрите;
- регистрираната търговска марка на организатора;
- резултатите от игрите и спечелените печалби;
- тегленията на тиражите.

(3) Рекламодателите/рекламните агенции са длъжни преди стартиране на рекламната кампания да представят документи, доказващи, че организаторът на съответната хазартна игра има издаден лиценз за нея по Закона за хазарта.

Чл.39. (1) Допуска се реклама само на разрешени за употреба в страната ветеринарномедицински продукти.

(2) Забранява се рекламирането на терапевтични ефекти и показания за ветеринарномедицински продукти, които не са одобрени от НВМС при издаване на разрешителното за употреба, или реклама с подвеждащ текст или изображение.

Чл.40. Забранява се рекламирането на опасни химични вещества и препарати, без да е посочена в рекламата тяхната категория на опасност съгласно Закона за защита от вредното въздействие на химичните вещества и препарати.

Чл.41. (1) Допуска се реклама на биоцидни препарати, само ако тя включва следните текстове, които да изпъкват на фона на цялата реклама:

- "Използвайте биоцидния препарат безопасно."
- "Преди употреба внимателно прочетете етикета и информацията за препарата".

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

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

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

Чл.42. (1) Адвокат не може, лично или чрез трето лице, да рекламира своята дейност, като използва в рекламата средства за привличане на клиенти, несъвместими с разпоредбите на Закона за адвокатурата и с правилата на адвокатската етика.

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

Чл.43. Недопустимо е използването на националното знаме за фирмена реклама.

Чл.44. В рекламите не могат да се използват държавния герб, химна на Република България, лицата или гласовете на лица на изборни длъжности в държавното или местното управление.

Чл.45. Забранява се излъчването на политически реклами.

Чл.46. Забранява се рекламата за наличие на органи, тъкани и клетки с цел търсене на материална изгода, както и предлагането на материална облага с цел осигуряване на органи, тъкани и клетки.

Чл.47. Рекламирането и представянето на храните, включително тяхната форма, външен вид, опаковка, опаковъчен материал или предмет, начин на търговско аранжиране и подредба, не трябва да заблуждават потребителите по отношение на характеристиката на храните, определена от тяхното естество, произход, идентичност, свойства, състав, трайност, начин на производство и употреба.

Чл.48. (1) Допуска се реклама само на разрешени за употреба в страната лекарствени продукти.

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

(3) Контролът върху рекламата и нейното разпространение се извършва от Изпълнителната агенция по лекарствата.

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

Чл.49. Допуска се реклама само на лекарствени продукти, които се продават без лекарско предписание.

Чл.50. (1) Забранява се рекламата на лекарствени продукти с показания и лечебни ефекти, които не са одобрени при разрешаването им за употреба.

(2) Забранява се укриването на противопоказания и сериозни нежелани лекарствени реакции при реклама на лекарствени продукти.

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

Чл.51. Забранява се да се рекламират като лекарствени продукти вещества, които не са такива по смисъла на Закон за лекарствата и аптеките в хуманната медицина.

Чл.52. Забранява се рекламата на лекарствени продукти, които съдържат наркотични вещества по смисъла на Закона за контрол върху наркотичните вещества и прекурсорите.

Чл.53. Всеки рекламодател/рекламна агенция гарантира, че заявените рекламни съобщения:

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

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

(3) Са изработени в съответствие с националните етични правила за реклама и търговска комуникация, разработени от Сдружение "Национален съвет за саморегулация".

V. СРОКОВЕ, ПРИЕМАНЕ, ПЕЧАТ, РАЗПРОСТРАНЕНИЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ НА РЕКЛАМИ И РЕКЛАМНИ ФОРМИ В ОФИС МРЕЖАТА НА ИЗИПЕЙ

Чл.54. Всички заявки за реклама се изпращат чрез попълване на електроенен формуляр в системата или по електронна поща.

Чл.55. АГЕНЦИЯТА си запазва правото да откаже излъчването/разпространението на реклами/рекламни форми в офис мрежата на Изипей или да забави излъчването/разпространението им без санкция, ако те не отговарят на техническите изисквания, оповестени в сайта на АГЕНЦИЯТА, докато рекламите/рекламните форми не бъдат приведени в съответствие с тях.

Чл.56. В случай, че подадената заявка съдържа граматически грешки, което налага отстраняването им, включително и чрез промяна на словоредата, преработването на заявката се

извършва след допълнително уведомяване на рекламодателя и без това да води до цялостно изменение на визията и смисъла на заявената реклама.

Чл.57. Всички заявки и материали за излъчване на рекламно послание на **ТВ монитори в офис мрежата на Изипей** се изпращат най-късно до 7 (седем) работни дни преди старта на рекламната кампания – понеделник на следващата седмица. Получените заявки се одобряват или отказват в срок до 2 (два) работни дни след получаване на плащането. За сроковете и начините на заплащане на заявките рекламодателите/рекламните агенции се информират чрез индивидуална електронна форма или по електронна поща при всяка заявка. В случай, че в посочените срокове заявката не бъде заплатена, тя се анулира.

Чл.58. Всички заявки и материали за печат и разпространение на рекламни форми в офис мрежата на Изипей:

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

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

Чл.59. Заявки за **разпространение на печатни рекламни форми** в офис мрежата на Изипей (брошури, флаери, каталози и др.) се одобряват или отказват в срок до 2 (два) работни дни след получаването им. За сроковете и начините на заплащане на заявките рекламодателите/рекламните агенции се информират по електронна поща при всяка заявка. В случай, че в посочените срокове заявката не бъде заплатена, тя се анулира.

Чл.60. Териториалният обхват на рекламната кампания се дефинира чрез избиране на „рекламни зони“ в офис мрежата на Изипей, които включват всички активни собствени офиси на ДОСТАВЧИКА към момента на реализиране на кампанията. Актуалният списък с тези офиси е публикуван онлайн. ДОСТАВЧИКЪТ си запазва правото да открива и закрива офиси по свое осмотрение, без допълнително уведомяване на рекламодателите/рекламните агенции и без санкции към АГЕНЦИЯТА. В случай на текуща кампания с печатни рекламни материали в офис, предвиден за закриване, АГЕНЦИЯТА се задължава да предложи подходяща алтернатива на рекламодателя/рекламната агенция.

Чл.61. Изисква се една рекламна кампания да съдържа еднакво рекламно послание за всички офиси, в които се излъчва/разпространява.

Чл.62. Рекламната кампания стартира само в случай, че има подписан договор и е заплатена договорената между страните стойност на кампанията, след получаване на заявката от АГЕНЦИЯТА.

Чл.63. Ексклузивитет в дадена категория не се предлага, освен в случаите, когато такава клауза е изрично описана в договора за сътрудничество и са договорени различни от стандартните цени за приемане, излъчване и разпространение на реклами/рекламни форми в офис мрежата на Изипей.

Чл.64. Всеки рекламодалел или рекламна агенция получава електронен протокол относно реализирания брой излъчвания/разпространения на рекламата/рекламните форми в рамките на 2 (два) работни дни след завършване на кампанията. Изготвяне и изпращане на протокол на хартиен носител се издава само при искане от страна на рекламодалеля или рекламната агенция.

VI. ЦЕНИ И НАЧИНИ НА ПЛАЩАНЕ

Чл.65. Цените за излъчване на реклами, както и цените за печат и разпространение на рекламни форми по рекламните канали в офис мрежата на Изипей, включително възможните отстъпки, са фиксирани в тарифата публикувана в официалния сайт на АГЕНЦИЯТА.

Чл.66. АГЕНЦИЯТА има право да променя тарифата на сайта си по всяко време, като промените не засягат действащите договори с рекламодалели или рекламни агенции.

Чл.67. Стойността на рекламна кампания се заплаща преди стартиране на кампанията. В определени случаи страните могат да договорят разсрочено плащане, при условията на тарифата по предходните текстове.

Чл.68. При отказ от рекламна кампания на ТВ монитори в офис мрежата на Изипей, направен от рекламодалеля или рекламната агенция след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламата сума, но преди старта на рекламната кампания, рекламодалелят или рекламната агенция дължи неустойка в размер на 50% (петдесет процента) от стойността на рекламната кампания.

Чл.69. При отказ от рекламна кампания за разпространение на рекламни форми в офис мрежата на Изипей, направен от рекламодалеля или рекламната агенция след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламата сума, но преди старта на рекламната кампания, стойността на рекламната кампания не се възстановява.

Чл.70. При прекратяване на вече стартирала рекламна кампания от страна на рекламодалеля или рекламната агенция, платената от тях на АГЕНЦИЯТА стойност на рекламната кампания не се възстановява.

Чл.71. (1) При отказ от рекламна кампания на ТВ монитори в офис мрежата на Изипей на забранена реклама, направен от АГЕНЦИЯТА след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламата сума, рекламодалелят или рекламната агенция дължи неустойка в размер на 10% (десет процента) от стойността на рекламната кампания.

(2) При отказ от рекламна кампания за разпространение на рекламни форми в офис мрежата на Изипей на забранена реклама, направен от АГЕНЦИЯТА след изпращане на заявка и изплащане на дължимата за рекламата сума, платената от тях на АГЕНЦИЯТА стойност на рекламната кампания не се възстановява.

Чл.72. В случай на непълно или неточно реализиране на дадена заявка в рамките на заявения период на рекламната кампания поради причина, за която АГЕНЦИЯТА отговаря, дружеството се задължава да възстанови платените от рекламодателя суми за периода на неизлъчените реклами.

VII. ОТГОВОРНОСТ И ОГРАНИЧАВАНЕ НА ОТГОВОРНОСТТА

Чл.73. АГЕНЦИЯТА има право да откаже излъчването, печатането и разпространението на реклами и рекламни форми в офис мрежата на Изипей, които влизат в противоречие с утвърдените разбирания за сексуална, расова, етническа и политическа толерантност; такива, които нарушават общо споделените морални и естетически норми и българското законодателство; или такива, свързани с услуги с конкурентен характер по отношение на дейността на АГЕНЦИЯТА, ДОСТАВЧИКА или техни партньори.

Чл.74. АГЕНЦИЯТА гарантира че:

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

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

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

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

Чл.75. Отговорността за съдържанието и визията на рекламата и рекламните форми е изцяло за рекламодателя или рекламната агенция. АГЕНЦИЯТА не носи отговорност за авторски и сродни права, касаещи рекламните форми, предоставени от рекламодателя или рекламната агенция, нито за действия на трети лица, провокирани от излъчените/разпространените реклами/рекламни форми. Не се допуска излъчване/разпространението на реклами/рекламни форми на стоки, услуги или лица, които са под специален разрешителен режим съгласно законови и нормативни разпоредби, без да са налице всички необходими документи, доказващи право на съответната дейност или производство.

Чл.76. Рекламодателят или рекламната агенция са длъжни да обезщетят АГЕНЦИЯТА за всички претърпени вреди и направени разходи, вследствие на предявени иски от и/или платени обезщетения на трети лица във връзка с реклами и рекламни форми, които рекламодателят или рекламната агенция са направили достояние на трети лица, или са направили достъпни чрез ползване на предоставените от АГЕНЦИЯТА услуги в нарушение на действащото българско законодателство, приложимите чужди закони, настоящите Общи условия или добрите нрави.

VIII. КОНФИДЕНЦИАЛНОСТ

Чл.77. (1) АГЕНЦИЯТА и рекламодателите/рекламните агенции се задължават да не разкриват под каквато и да било форма информация, съставляваща търговска тайна за страните, на трето лице (с изключение на филиалите си, одитори и юридически съветници), освен ако е получено изричното писмено съгласие на другата страна или ако съответната страна е задължена по закон.

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

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

Чл.78. Всяка от страните по договора за реклама се задължава да не уврежда доброто име на насрещната страна и/или на нейни служители, както и да изисква от служителите си и подизпълнителите си спазване на задълженията и ограниченията по настоящите правила.

Последна редакция: август 2018 г.