

**ПРАВИЛНИК  
ЗА  
ИЗЛЪЧВАНЕ НА ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ И  
СПОНСОРСТВО В ПРОГРАМАТА НА РРС – ВАРНА  
И ПРАВИЛА ЗА МЕДИЙНО ПАРТНЬОРСТВО**

**На основание Правилник за излъчване на търговски съобщения в програмата на БНР  
одобрен от Управителен съвет на 13.12.2013 и на чл. 62, т.2 от ЗРТ**

**I. ПРЕДМЕТ**

Чл.1. Настоящият правилник има за предмет:

- (1) Дефинира принципите съгласно които РРС – Варна предоставя срещу заплащане програмно време за излъчване на търговски съобщения и спонсориране на негови предавания.
- (2) Регламентиране на всички други форми на реклама, които се извършват срещу заплащане или друго подобно възнаграждение.
- (3) Уреждането на отношенията, които възникват между РРС – Варна в качеството ѝ на продуцент на звуко- и видеозаписи и техните ползватели по повод използването им.
- (4) Регламентиране на партньорството на РРС – Варна в качеството ѝ на медия при популяризирането на кампании/събития/инициативи с обществено значим характер и други.

**II. ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ**

Чл.2. Основните принципи са:

- (1) Защита интересите на слушателите и гарантиране на правото им на свобода на информация, и свобода на избор в качеството им на потребители.
- (2) Недопускане на действия, чрез които договорен или друг партньор на РРС – Варна може да бъде привилегирован за сметка на конкуренти, когато между тях са налице равни други условия.

**III. ТЪРГОВСКИ СЪОБЩЕНИЯ – РЕКЛАМА И СПОНСОРСТВО**

Чл.3. (1) Предоставянето срещу заплащане на програмно време за излъчване на рекламни съобщения в програмата на РРС – Варна, както и/или спонсорирането на негови предавания става след сключване на писмени договори между РРС – Варна и рекламодателя (рекламната агенция) и/или спонсора. Броят на излъчванията, тяхната продължителност и период се определят в договора. Разпределението на излъчванията по часови пояси и периоди се посочват в остойностен медия план, който е неразделна част от договора.

(2) Договорът на РРС – Варна, сключва самостоятелно договорите за предоставяне срещу заплащане на програмно време за излъчване на търговски съобщения и/или спонсорство. Договори се сключват само по образци, предоставени от БНР и утвърдени от УС. Отклонения от приетите от УС на БНР договори се допускат след писмено съгласуване с директора на Дирекция „Реклама и маркетинг“.

(3) Договорът задължително съдържа пълните данни на клиента-възложител съгласно търговския регистър.

(4) Не се допуска сключване на договор с рекламодател/спонсор, който има неуредени задължения към РРС – Варна, независимо от правоотношенията, при които е възникнало задължението.

(4) Договорите за предоставяне срещу заплащане или друго подобно възнаграждение на програмно време за излъчване на търговски съобщения и спонсорство, се сключват на базата на образци, подготвени от БНР.

(5) Рекламна агенция или медия агенция, като страна по договор с БНР, може да рекламира дейността си само в качеството на пряк рекламодател.

(6) Всички договори за излъчване на търговски съобщения и спонсорство се утвърждават

ежемесечно от Управителния съвет на БНР.

(7) В минутите за търговски съобщения, определени от ЗРТ, не влизат самопромоционалните клипове.

(8) Всички търговски съобщения се излъчват в програмата на РРС – Варна в рекламни блокове с фиксирано време с начало от 25-та и от 55-та минута на всеки час, спазване ограниченията на чл.86, ал.1, т.2 от ЗРТ и съгласно приетата програмна схема на медията.

Чл. 4 (1) Възлагането на излъчванията на търговски и/или спонсорски съобщения се осъществява с остойностен медия план и след потвърждение от Ръководител направление "Рекламно-издателски център" и става неразделна част от договора.

(2) Промяна на депозиран от рекламодателя/спонсора медия план за излъчване е възможно само при изразено писмено желание на рекламодателя и/или спонсора, съгласувана и потвърдена от Ръководител направление "Рекламно-издателски център".

(3) Допълнителни излъчвания се договарят с анекс, придружен от остойностен медия план.

(4) Неизлъчване на търговски и/или спонсорски съобщения, както и други рекламни форми, са възможни по програмни, технически и/или форсмажорни причини, и/или на основание законови разпоредби. В тези случаи РРС – Варна договаря с рекламодателя/спонсора компенсаторни излъчвания в рамките на общия договорен обем и срок.

(5) РРС – Варна носи отговорност за техническото качество на излъчването, но не носи отговорност за качеството на приемането на радиосигнала.

Чл.5 (1) Съдържанието и формата на предоставяните от рекламодателя/спонсора на РРС – Варна материали за излъчване на търговски и/или спонсорски съобщения трябва да отговарят на изискванията на Закона за радиото и телевизията и на техническите изисквания на РРС – Варна.

(2) РРС – Варна си запазва правото да отказва възлагания за излъчване на търговски и/или спонсорски съобщения независимо, че те са приети по обвързващ начин (подписан договор), ако впоследствие се установи, че съдържанието на рекламните форми е в противоречие със ЗРТ и действащото законодателство или морала, или ако не са уредени авторските и сродни права, или когато техническите качества на предоставените за излъчване материали не отговарят на техническите изисквания на РРС – Варна. В тези случаи РРС – Варна информира рекламодателя/спонсора в писмена форма за основанията си за отказ. Рекламодателят/спонсорът има право да получи обратно предварително платената сума за отказаните от РРС – Варна излъчвания.

(3) Рекламодателите/спонсорите носят пълна отговорност при претенции на трети лица и в случай, че в следствие на излъчването на предоставени от тях търговски и/или спонсорски съобщения РРС – Варна претърпи имуществена санкция или други щети. В този случай те се задължават да обезщетят изцяло нанесените на РРС – Варна щети.

(4) След края на излъчванията предоставените от рекламодателя/спонсора материали за излъчване се съхраняват в РРС – Варна, освен ако не бъдат писмено поискани обратно. В случай, че тези материали не бъдат използвани повече от една година, РРС – Варна има право да ги унищожи.

Чл.6. (1) Предавания и рубрики на РРС – Варна могат да бъдат спонсорирани при спазване на изискванията на ЗРТ, Правилника за излъчване на търговски съобщения в програмата на БНР и настоящия Правилник.

(2) Формата и съдържанието на спонсорските съобщения трябва да отговарят на следните изисквания:

- да не съдържат търговска информация като адреси, телефони, цени, място на продажби;

- да са в началото и/или в края на предаването и в началото и/или в края на самопромоционалния клип.

(3) БНР не дава гаранции за ексклузивност на спонсора на съответното предаване/рубрика, освен ако това не е договорено изрично.

(4) Спонсорът не може да има претенции относно съдържанието на търговските съобщения, излъчвани в спонсорираното от него предаване/рубрика.

#### **IV. ЦЕНИ, ОТСТЪПКИ И АГЕНЦИОННО ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕ ПРИ ТЪРГОВСКИ**

## **СЪОБЩЕНИЯ И СПОНСОРСТВО**

Чл.7. (1) Цените, по които РРС – Варна предоставя програмно време за излъчване на търговски съобщения, са определени в Рекламната тарифа на РРС – Варна. Рекламната тарифа се утвърждава с решение на УС на БНР. Рекламната Тарифата се оповестява по начин, достъпен за всеки желаещ да рекламира в РРС – Варна.

(2) Завишения на цените във връзка със специални условия, свързани с излъчването на конкретно търговско съобщение, се обявяват в Рекламната тарифа.

(3) Бартерните договори се сключват при условията на Рекламната тарифа.

(4) Излъчването на търговски съобщения за прояви по които РРС – Варна е медиен партньор става след решение на Дирекционен съвет на РРС – Варна и сключване на договор съгласно тарифата на РРС – Варна и типови образец на споразумението утвърдени от УС на БНР.

(5) Условията за отразяване на прояви с благотворителна цел и кампании с обществено значим характер се определят с решение на Дирекционен съвет на РРС – Варна.

(6) Рамковите договори с рекламни и медия агенции се изпълняват по цени, съгласно Рекламната тарифа, валидна към момента на подаване на всяка отделна заявка.

(7) Договорите с преки рекламодатели се изпълняват по цени, съгласно действащата Рекламна тарифа към момента на сключване на договора.

(8) Отстъпките от утвърдените в Рекламната тарифа цени, и редът за тяхното прилагане са, както следва:

1. Отстъпка за обем се предоставя върху брутните обеми за всички клиенти на рекламни и медия агенции и преки рекламодатели и спонсори след сключване на договор по условията на Тарифата за реклама.

1.1. В брутните обеми се включват обемите за спонсорирането на предавания и спонсорираните самопромоции.

1.2. За брутен обем се считат сумите от заявени и излъчени търговски съобщения преди начисляване на ДДС и приспадане на обемна отстъпка и агенционно възнаграждение.

1.3. Обемната отстъпка се предоставя авансово след подписване на договор за гарантиране брутен обем.

1.4. В случай, че в края на договорния период се установи неизпълнение на поетия ангажимент за обем, стойността на всички заявки за периода на договора се преизчисляват със съответната обемна отстъпка съгласно скалата, съдържаща се в Рекламната тарифа.

1.5. Върху заявките за рекламните пакети не се начислява агенционно възнаграждение, но техните стойности влизат в натрупаните обеми на агенциите.

1.6. При договори със стойности над посочените в скалата за изчисляване на обемна отстъпка, съдържаща се в Рекламната тарифа, размерът на отстъпката за обем се определя с решение на Дирекционен съвет на РРС – Варна за всеки конкретен случай, след предложение от ръководителя на направление "Рекламно-издателски център" .

2. Специална отстъпка - в изпълнение на обществената си функция РРС – Варна предоставя за кампании в подкрепа на културата отстъпки, както следва:

2.1. за фестивали, концерти, изложби, оперни и театрални постановки, наука и образование, книгоиздаване, кино и други подобни прояви.

2.2. Отстъпката се начислява само при сключване на директни договори между РРС – Варна и рекламодателите.

2.3. При договорите със специална отстъпка не се начисляват отстъпки за обем и агенционни възнаграждения.

3. При договори с медия агенции осигуряващи рекламни договори може да се договаря кумулативна отстъпка, която включва обемната отстъпка и агенционното възнаграждение съгласно Тарифата за реклама.

(9) Агенционните възнаграждения се начисляват след приспадане на отстъпките за обем. Размерът на агенционните възнаграждения се съдържа в Рекламната тарифа, утвърдена с решение на УС на БНР.

## **V. КОМИСИОННИ ВЪЗНАГРАЖДЕНИЯ НА ФИЗИЧЕСКИ ЛИЦА**

Чл.8. (1) Право на комисионни възнаграждения имат физически лица, осигурили поръчки за

излъчване на търговски съобщения и/или спонсорство в програмите на Радио Варна и се изчисляват по скала, утвърдена от УС на БНР след предложение от Директора на РРС – Варна.

(2) Служителите на направление "Рекламно-издателски център" имат право на комисионни възнаграждения, за сключените от тях договори за търговски съобщения и/или спонсорство, само ако са изпълнили възложените им месечни цели. Месечните им цели се определят от Директора на РРС – Варна след внесено предложение към него от ръководителя на направление "Рекламно-издателски център" и не могат да бъдат по-ниски от два пъти размера на brutното им месечно възнаграждение по трудовия им договор. Комисионните възнаграждения се изчисляват по скала, одобрена от УС на БНР, само за частта над изпълнените месечни цели, с натрупване в рамките на един календарен месец.

(3) Право на комисионни възнаграждения нямат: Директора на РРС – Варна, главният продуцент, главният счетоводител и главният инженер.

## **VI. ДОГОВОРИ ЗА СЪВМЕСТНИ ПРОДУКЦИИ И ПРЕДАВАНИЯ**

Чл.9. При договори за съвместни продукции и предавания се прилага следното съотношение за разпределение на приходите от излъчваните търговски съобщения и/или спонсорство между РРС – Варна, и съответния съпродуцент:

9.1. При директни договори, сключени между БНР и рекламодателя/спонсора - 60% (шестдесет процента) за страната, която е осигурила търговско съобщение и/или спонсорство и 40% (четиридесет процента) за другата страна. Съотношението се отнася за нетните приходи от излъчването на търговски съобщения и/или спонсорски съобщения по време на предаването и за самопромоционалните анонси към него;

9.2. При договори, сключени чрез рекламни агенции или медия агенции, нетните постъпления от търговските съобщения и/или спонсорството се разпределят по 50% (петдесет процента) за всяка от страните.

## **VII. УСЛОВИЯ ЗА ПЛАЩАНЕ**

Чл.10. (1) Рекламодателят/спонсорът заплаща дължимите суми за излъчванията на търговски съобщения и/или спонсорство, съгласно условията на сключените договори.

(2) Несвоевременното заплащане на дължимите суми освобождава РРС – Варна от задължението да изпълнява подадената заявка за излъчване.

(3) При предсрочно прекратяване на договора се прави преизчисление на отстъпката за обем на база реално излъченото, съгласно изготвения и остойностен медия план, съобразно разпоредбите на настоящия Правилник.

## **VIII. ПОТВЪРЖДАВАНЕ НА ОСЪЩЕСТВЕНИТЕ ИЗЛЪЧВАНИЯ**

Чл.11. (1) в срок до 10 дни след излъчването на търговските и/или спонсорските съобщения по направена заявка и при постъпило писмено искане от страна на рекламодателя/спонсора, РРС – Варна издава сертификат за излъчените съобщения по зададен от рекламодателя/спонсора медия план.

(2) Сертификатът удостоверява датата и началния час на блока в който са излъчените съобщения, техния брой, вид и времетраене на рекламния/спонсорски клип.

(3) Ръководителя на направление "Музика" потвърждава с подписа си и контролира излъчването на съобщенията. Схемите се връщат в направление "Рекламно-издателски център" като отчетен документ за извършените излъчвания.

(4) Неизлъчване от страна на РРС – Варна на заявени съобщения се компенсират с равностойни излъчвания при условия, достатъчно близки до заявените.

(5) За неизлъчените в договореното време търговски съобщения, рекламни форми и спонсорски анонси, отговорност носят виновните за това лица.

## **IX. МЕДИЙНО ПАРТНЬОРСТВО**

Чл.12. (1) РРС – Варна предоставя възможност за подкрепа на кампании, които са съобразени с обществения профил на медията и имат положителна добавена стойност към социалните и

културни ценности.

(2) Всички партньорства по които е страна РРС – Варна следва да бъдат съобразни с утвърдените от УС на БНР правила и актуалната тарифа на медията.

Чл.13. Всеки кандидат за медийно партньорство, който е достъпен на сайта на медията: [bnr.bg/varna](http://bnr.bg/varna) в меню „Реклама”. В него се вписва:

1. Цел на кампанията
2. Цялостната концепция за медийно партньорство
3. Целева аудитория на проявата
4. Период и локация на кампанията/събитието/инициативата
5. Други медийни партньори на кампанията/събитието/инициативата
6. Комуникационни активности/материали и задължения свързани с реализирането на кампанията/събитието/инициативата – вид комуникационни материали, тираж, период на разпространение и пр.
7. Очаквана подкрепа от РРС – Варна при евентуално потвърждение на медийното партньорство – рекламни спотове за популяризиране на кампанията/събитието/инициативата (с/без спонсорски заставки), отразяване според програмните възможности, цялостно аудио-записване и излъчване, др.
8. Прогнозирани/очаквани резултати от кампанията/събитието/инициативата
9. Отчитане резултатите от медийната кампания ю
10. Наличие на спонсори на кампанията/събитието/инициативата и готовност от тяхна страна за подкрепа на медийната активност при евентуално партньорство
11. Досегашен опит в провеждането на подобни кампании/събития/инициативи
12. Основната дейност на юридическото лице.

Чл.14. При внасяне на попълнения формуляр за медийно партньорство директора на РРС – Варна го разглежда и свежда до знанието на ресорните специалисти за становище, след което писмото бива обсъждано на Дирекционен съвет, който излиза с окончателно решение.

Чл.15. При потвърждение на медийното партньорство служител на направление “РИЦ” на РРС – Варна предоставя подробна информация за начина на подкрепа на кампанията/събитието/инициативата и условията, при които тя може да бъде осъществена.

Чл.16. (1) Медийни партньорства за популяризиране чрез рекламни спотове на събития/инициативи/кампании с вход платен, приходите от които няма да бъдат използвани за благотворителност се третираат съобразно утвърдените от УС на БНР пакети за излъчване на рекламни спотове при медийно партньорство.

(2) За излъчването на рекламните спотове страните сключват писмен договор на база типов образец предоставен от БНР.

(3) Всички рекламни спотове по сключени договори за медийно партньорство се излъчват в програмата на РРС – Варна в обозначени със сигнал за търговски съобщения блокове.

(4) В съдържанието на рекламния спот задължително присъства текст обозначаващ Радио Варна като медиен партньор и може да присъстват търговски марки и/или имена на юридически лица, които са организатори и/или спонсори на кампанията/събитието/инициативата.

(5) Организатора се задължава да предостави за ползване от служителите на РРС – Варна не по-малко от 4 пропуска за събитието/инициативата предмет на медийно партньорство, в случаите в които тя е с вход платен. Пропуските за слушатели се договарят допълнително.

(6) Организатора се задължава да предостави присъствие на марката на РРС – Варна в не по-малко от 50% от останалите промоционални материали, в случаите в които има такива.

Чл.17. (1) В случаите в които РРС – Варна подкрепя кампания/събитие/инициатива с некомерсиален/благотворителен характер, рекламните спотове:

1. Следва да са с продължителност не по-дълга от 40 секунди;
2. Съдържат текст недвусмислено посочващ ролята на РРС – Варна (Радио Варна) като подкрепяща институция;
3. Не могат да съдържат имената на търговски марки, спонсори и/или юридически лица със стопанска цел;
4. Излъчват се в авторекламните блокове на РРС – Варна обозначени със съответния

сигнал.

(2) Организатора се задължава да предостави присъствие на марката на РРС – Варна (Радио Варна) във всички промоционални материали, в случай че има такива.

Чл.18 Излъчването и съдържанието на предоставен рекламен спот от страна на организатора/медия партньора на кампанията/събитието/инициативата се подчиняват на същите правила както търговските съобщения регламентирани в чл.4 и чл.5 от настоящия Правилник.

## **X. ДОПЪЛНИТЕЛНА РАЗПОРЕДБА**

§ 1. По смисъла на този Правилник:

1. "Реклагодател" е юридическо или физическо лице, което има сключен договор с БНР, РРС – Варна, срещу заплащане или друго подобно възнаграждение за излъчване в програмите на Радио Варна на търговско съобщение или други форми за популяризиране на производството и/или доставката на стоки и/или услуги, или на кауза и/или идея, или да предизвика друг желан от него ефект.

2. "Спонсор" на предавания, рубрики в програмата на Радио Варна е юридическо или физическо лице, което има сключен договор с РРС – Варна срещу заплащане или друго подобно възнаграждение, което не се занимава с доставка на медийни услуги или производството на радиопредавания, но желае да финансира медийни услуги или радиопредавания с цел популяризиране в обществото на неговото име, търговска марка, репутация, дейност или на неговите продукти.

3. "Реклагодателят/спонсорът" трябва да е притежател на всички права за ползване и рекламиране на марката и/или името на продукта (стоката или услугата), които желае да популяризира чрез програмите на Радио Варна.

4. "Рекламна агенция" е лице регистрирано по търговския закон, което се занимава с осъществяване на дейности в областта на рекламата и е поело по силата на договор пълното или частично рекламно обслужване на един или повече реклагодатели.

5. "Медия шоп" е медия агенция, която оперира основно с рекламни агенции, обслужващи преки реклагодатели, като договарят и предплащат при определени условия в медиите големи рекламни обеми.

6. "Продуцент на звуко и видео записи и мултимедийни продукти" по смисъла на този правилник е БНР, РРС – Варна.

7. "Ползватели" са физически или юридически лица, които желаят да сключват договор с РРС – Варна за използване на продуцирани от него записи срещу заплащане по ред, условия и цени определени с вътрешен акт на РРС – Варна;

8. "Търговски съобщения" в радиоуслуги са звукови съобщения, предназначени да рекламират пряко или непряко стоки, услуги или репутация на физическо или юридическо лице, извършващо стопанска дейност, или да съдействат за популяризирането на кауза или идея, или да предизвикат друг ефект, желан от рекламирация, придружаващи или включени в дадено предаване срещу заплащане или друго подобно възнаграждение, или с цел осигуряване на самопромоция.

9. "Реклама" е форма на търговско съобщение, придружаващо или включено в радиопредаване срещу заплащане или подобно възнаграждение или с цел осигуряване на самопромоция на публично или частно предприятие или физическо лице във връзка с търговия, стопанска дейност, занаят или професия, имащо за цел да се популяризира доставянето на стоки и услуги, включително недвижима собственост, или на права и задължения, или да съдейства за популяризирането на кауза или идея, или да предизвика друг ефект, желан от рекламирация срещу заплащане.

10. "Спонсорство" е форма на търговско съобщение, състоящо се в принос от физическо или юридическо лице, което не се занимава с доставката на медийни услуги или със създаване на аудио произведения, към финансирането на медийни услуги или предавания с оглед популяризиране на неговото име, търговска марка, репутация, дейност или на неговите продукти.

11. "Рекламен пакет" е определен брой рекламни спотове, които се излъчват в рамките на

даден период /седмица, месец, уикенд/, в определени часови пояси.

12. “Рекламен клип” е аудиопроизведение, представящо стока или услуга, популяризиращо събитие или кауза или съдържащо друго рекламно послание.

13. “Медийно партньорство” е всяко сътрудничество между РРС – Варна, в качеството ѝ на електронна медия, и друго юридическо лице – организатор на проява и/или дейност с обществено значим характер, с цел популяризирането ѝ.

14. “Организатор на кампания/събитие/инициатива” е юридическо лице, отправило предложение за медийно партньорство към РРС – Варна.

### **ХІІІ. ПРЕХОДНИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ**

§ 1. Настоящият Правилник се приема на основание Закона за радиото и телевизията.

§ 2. Настоящият Правилник може да бъде изменян и допълван с решение на Дирекционен съвет на РРС – Варна.

§ 3. Настоящият Правилник е приет на заседание на Дирекционен съвет на 01.04.2016 г. и влиза в сила на 07.04.2016г.,отменя всички предишни правилници.