

ПРАВИЛА ЗА ПРОИЗВОДСТВО, ПЛАНИРАНЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ НА АВТОРЕКЛАМНИ ФОРМИ И ПУБЛИЧНИ СЪОБЩЕНИЯ В ПРОГРАМИТЕ НА БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ

I. ОБЩИ ПОЛОЖЕНИЯ

Цел

Чл.1. (1) Авторекламните форми имат за цел да популяризират предаванията и продукциите в програмите на БНТ, да повишат нивото на информираност на целевите аудитории и рейтинг показателите, да задържат и привличат зрители, като насочват интереса и фокусират вниманието им, в т.ч. на рекламодателите и спонсорите към програмните акценти.

(2) Авторекламната политика е подчинена на приоритетите и акцентите в програмите на БНТ, като отчита възможността за конкурентно позициониране на медийния пазар, съобразено, както с етапа на излъчване, в който се намира съответната телевизионна продукция, така и с необходимостта от различен подход при създаването на въздействащи промотиращи форми и тяхното отражение като възприятие от гл.т. на общественения ангажимент на телевизията.

Основни принципи

Чл.2.(1) Авторекламните форми представляват съвкупност от аудио визуални техники, които служат за промотиране на дадена творческа телевизионна концепция, и най вече за изграждане на корпоративен имидж на медията.

(2). Производството, планирането и излъчването на авторекламните форми в програмите на БНТ се определя и ръководи от:

- 1.** Обществен ангажимент на медията.
- 2.** Целева аудитория.
- 3.** Значимост и актуалност на съдържанието.
- 4.** Защита на интересите на зрителите, в качеството им на потребители и програмите на БНТ.
- 5.** Свобода на информацията и на правото на избор.
- 6.** Рейтинг.
- 7.** Интегрираност на комуникационните послания с други активности от маркетинговата стратегия за бранд позициониране на продукциите сред целевата аудитория.
- 8.** Търговска значимост на телевизионните продукции и интерес на рекламодатели и спонсори.
- 9.** Разпознаваемост на бранда на телевизионната продукция, съотнесена към ефективността от авторекламната комуникация.
- 10.** Етап на излъчване, в който се намира съответната продукция.

Чл.3. Посланията в авторекламните форми се определят от етапа на излъчване свързано с актуалното предстоящо съдържание на програмата. При всички случаи те насочват вниманието на зрителската аудитория върху основното съдържание и

елементи от стилистиката на предаването, часа и деня на излъчване, които имат за цел да привлекат и провокират интерес към продукцията.

Чл.4. (1) Авторекламните форми за представяне на телевизионните продукции от програмите на БНТ – предавания, игрални, документални филми и сериали, спортни и културни събития, както и други инициативи, имат регламентиран стандарт като времетраене, форма и съдържание според етапа на излъчване на продукцията.

(2) Авторекламните форми са подчинени на въздействащи, атрактивни, консистентни, последователни и съгласувани комуникационни послания.

(3) Идентификаторите (име, лого, слоган и др.) носят идентичността на всяко телевизионно предаване. Използват се при създаването на авторекламните форми, за да се постигне по-висока разпознаваемост от зрителската аудитория. Визуалните елементи като дизайн на студио, стил на водещ както и графичната стилистика на съответната продукция, като шрифт на изписване и цветово решение повишават допълнително разпознаваемостта на съответното предаване.

Чл.5.(1) Авторекламните форми, планирани за седмично излъчване, както и тяхното позициониране за всяка телевизионна продукция от програмната схема са точно определени като общ брой в рамките на 24 часа.

(2) Изпълнителните или делегирани продуценти на вътрешните и външни телевизионни продукции от съответните направления оперативно уведомяват отдел “Маркетинг” за съдържанието на седмичните авторекламни форми и носят отговорност за подадената информация.

(3) Авторекламната форма на дадена телевизионна продукция се планира и излъчва след окончателното утвърждаване на седмичните програми на БНТ от Продуцентските съвети на Дирекция „Програма БНТ 1” и Дирекция „БНТ Свят и региони”.

(4) Приоритет при планирането и излъчването на авторекламните форми имат телевизионните продукции, които представляват акценти в седмичните програми на БНТ, както и предаванията с актуална тематика. Авторекламните форми на изброените телевизионни продукции се планират и излъчват с основен приоритет в праймтайм. Тематиката на предаванията се таргетира спрямо целевата аудитория. Авторекламните форми на всички останали телевизионни продукции се планират около часовия слот на излъчване на самите предавания. Предаванията, които не отговарят на изискванията за излъчване на автореклама в праймтайма, описани по-горе, но са от обществен интерес или изпълняват обществени функции, могат да бъдат анонсирани след авторекламата на предаванията с висок рейтинг.

Предмет

Чл.6. Настоящите Общи правила регламентират основните принципи и дейности при производство, планиране и излъчване на авторекламни форми на телевизионните продукции в програмите на националния обществен телевизионен оператор - “БНТ 1”, “БНТ 2” и “БНТ Свят” /”BNT World”/.

Чл.7.(1) В тези Общи правила е регламентирана политиката на БНТ по отношение на използването на телевизионно време, за излъчване на авторекламни форми на предавания и продукции, включени в нейните програми, както и на съобщения, направени във връзка с призови за благотворителност и общественополезни каузи.

(2) Общите правила за излъчване на авторекламни форми са съобразени с изискванията на Закона за радиото и телевизията.

(3) БНТ определя общо времетраене в рамките на 24 часа за излъчване на авторекламни блокове в програмите на БНТ до 60 минути на ден, но не повече от 5 минути на час.

Чл.8. Вземането на решения за излъчване на съобщения, направени във връзка с призови за благотворителност и общественополезни каузи, в т.ч. и на безплатни такива в програмите на телевизията, е в правомощията на Управителния съвет на БНТ.

II. АВТОРЕКЛАМНА ПОЛИТИКА

Чл.9.(1) Дирекция „Търговска” и Дирекция „Публични комуникации” на ниво Директор предлагат и съгласуват с продуцентски направления и с Дирекция „Програма БНТ 1” и Дирекция „БНТ Свят и региони” програмните акценти. Предложенията се обсъждат на работна среща, която се провежда всяка седмица с цел фокус върху стратегическата посока в авторекламната комуникация.

(2) Главен Координатор планиране и излъчване, информира отдел „Маркетинг“ за предстоящите акценти в програмите на БНТ, за седмицата. Старши Експерт Автореклама координира и осигурява авторекламните форми (в случаи че няма готови) в случаите че такива не са предоставени в готов за излъчване вид от съответната дирекция, произвеждаща програмно съдържание. Старши експерт планиране към отдел „Маркетинг“, планира излъчването на авторекламни клипове в съответствие със заявените акценти.

Чл.10. Авторекламните форми се планират в зависимост от етапа на излъчване, в който се намира съответната продукция, както следва:

1. Авторекламни форми на нови продукции преди да е ясен периода на излъчване
2. Авторекламни форми на продукции в етап на конкретен период на излъчване
3. Авторекламни форми на продукции, които са с утвърдено място за излъчване в програмната схема и съдържат актуална информация
4. Временни/извънредни продукции
5. Имидж продукции/инициативи/кампании.

Чл.11. (1) Авторекламните форми се определят, както следва:

(1) *Въвеждащи:* (тийзър спот): кратка и динамична форма, която има за цел да провокира внимание и да привлече интереса на целевата аудитория като загатва визуални елементи от стилистиката на телевизионната продукция, без да разкрива детайли и подробности от съдържанието.

(2) *Стартиращи:* авторекламни форми, които имат за цел да популяризират нови продукции и да постигнат разпознаваемост сред зрителската аудитория на име, тематика и часовия слот на излъчване на съответната продукция. Съдържанието им включва най-обща информация - заглавие на предаването, дата и час на излъчване.

(3) *Текущи:* авторекламни форми, които представят конкретното съдържание на телевизионната продукция и насочват вниманието на целевата аудитория към акцентите в тематиката. Съдържанието им включва визуални елементи от предстоящото

предаване, като задължително се изписват и анонсират деня, часа и името на телевизионната продукция.

(4) *Имидж*: авторекламни форми, които имат за цел да изградят положителен имидж на телевизионните лица и продукции на БНТ чрез подходящи послания. Представят кампании и активности в съответствие със стратегическата линия за комуникация.

(5) *Нестандартни*: авторекламни форми, които са интегрирани в съдържанието на телевизионни продукции и имат за цел да популяризират с максимален ефект и атрактивни визуални елементи други продукции - предавания, филми и сериали, спортни, културни събития или инициативи, т.нар. „cut-in“, „pop-up“.

(6) *Авторекламен анонс от водещ*: включване на акцент от следващата продукция в репликата на водещите, с цел пренасочване на зрителското внимание и прехвърляне на потенциална аудитория.

(7) *Корпоративен спот*: Високо креативен видео клип, имащ за цел промотирането на логотипа и корпоративните символи на БНТ.

(8) *Комплексни*: авторекламни форми, които представят в един и същи клип в рамките на деня акцентите във всички програми на БНТ, с цел повишаване информираността на зрителите за възможностите, както и прехвърляне на аудитория от един канал в друг.

(2) Конкретните стандарти за форма, съдържание, времетраене и излъчване на авторекламните форми са отразени в таблица – Приложение № 1.

Чл.12. В стартиращите, текущите и **актуалните** авторекламни форми се изписват заглавието на продукцията, точен ден и час на излъчването ѝ. Изписването на посочената информация е в един стил, с изключение на нестандартните авторекламни форми, при които се допуска текст, съобразен с творческата концепция на създадената анимация. При комплексните авторекламни форми програмата, по която се излъчва телевизионната продукция, се обозначава визуално със съответните идентификатори /лого/име на програма, точна информация, свързана с конкретното излъчване/.

III. ТЕХНОЛОГИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВОТО НА АВТОРЕКЛАМНИТЕ ФОРМИ

Чл.13.(1). Производството на авторекламните форми се осъществява в зависимост от спецификата на рекламираната продукция и способите за нейната реализация, както следва:

1. За програмата „БНТ 1“ – производството на авторекламни форми се осъществява от „Автореклама“ към отдел „Маркетинг“.

2. За програмите „БНТ 2“ и „БНТ Свят“ – производството на авторекламните форми се осъществява от отдел „Маркетинг“, при подадени от екипите на „БНТ 2“ и „БНТ Свят“ обработени или необработени клипове за автоанонси, придружени със списък

3. За „хедлайн“ на информационни емисии и автоанонси на актуални и публицистични предавания – от екип на Дирекция „Информация“.

(2). Продуцентите на телевизионните продукции проследяват подготовката на авторекламна форма за предстоящото телевизионно предаване. Когато авторекламата се изработва от отдел „Маркетинг“ продуцентите изискват от екипите да предоставят видеоматериал и текст с информация за монтаж, като при всички случаи клиповете са съобразени с авторекламната политика, основните принципи, цели и срокове.

Чл.14. Изпълнителните и делегирани продуценти на телевизионните продукции оказват съдействие на отдел „Маркетинг“ и са отговорни за качеството, съдържанието на информацията и/или видеоматериала, от които са изработени авторекламните форми. Това изискване важи, както при предоставянето на готови авторекламни форми, така и при осигуряване на изходни материали за тяхното производство. При изготвянето на авторекламните клипове се спазват разпоредбите на вътрешно-нормативните правила и действащите законови разпоредби.

Чл.15. Общите изисквания при производството на авторекламните клипове за вътрешните и външни продукции, които се излъчват в програмите на БНТ, са съобразени с основните параметри, посочени в таблица - Приложение № 1 към настоящите правила, както и със следните изисквания:

1. Текстът /в кадър и зад кадър/ се определя в зависимост от класификацията на авторекламните форми, последователността и съгласуваността в комуникационните послания на съответната телевизионна продукция.

2. Картината е с високо качество на изображението и актуална за всяка телевизионна продукция. За техническите параметри **Чл.35 (3) ???**

3. В авторекламните форми е забранено присъствието на търговски марки или други скрити послания с подчертан рекламен характер, които нямат отношение към популяризирането на съответната телевизионна продукция.

4. Водещите лица на телевизионните продукции могат да присъстват в кадър до 10 секунди в началото и/или в края на авторекламната форма.

5. Регламентираното времетраене на авторекламните форми е 10, 15 или 20 сек. Автореклами с по-голяма дължина от 20 сек. няма да бъдат приети за излъчване.

Чл.16. Авторекламни форми се произвеждат само за оригинални предавания и за новозакупени продукции. Авторекламите за повторения се промотират и излъчват в съответствие с условията и принципите на настоящите правила, при наличие на програмна необходимост. Авторекламата на телевизионни филми след излъчване в програмата „БНТ 1“ се архивира от отдел „Маркетинг“. При последващо планиране за излъчване в програмите „БНТ 2“ и „БНТ Свят“ се предоставя копие за обработка и актуализация на авторекламния клип на екипа на дирекция „БНТ Свят и региони“.

Чл.17. При необходимост дейността по производство на авторекламни форми от отдел „Маркетинг“ в Търговска дирекция се подпомага от:

1. Режисьор, който отговаря за творческата концепция, атрактивното поднасяне на съдържание и визията на авторекламните форми за представяните филми и сериали.

2. Автор на авторекламни послания за вътрешните телевизионни продукции, който отговаря за създаването на въздействащи текстове, спрямо основните принципи, целевите аудитории и типа авторекламни форми.

3. Професионални диктори, които озвучават авторекламните форми за вътрешните телевизионни продукции. Авторекламните форми могат да се озвучават и от водещите на телевизионните продукции. Тази възможност важи, както за вътрешните, така и за външните продукции.

4. Монтажисти, които отговарят за качеството на монтажа на авторекламните форми, произведени в отдел „Маркетинг“, в т.ч. за изходните видеоматериали, постъпващи от телевизионните продукции, както и за монтажа на авторекламните блокове.

5. Юристи по отношение на съдържанието на авторекламните форми, съгласно нормативните документи.

Чл.18. При производството на авторекламните форми подадените текстове са съгласувани и подписани от съответния изпълнителен, делегиран и главен продуцента.. Приемат се текстове единствено и само в писмена форма.

IV. СРОКОВЕ

Чл.19.(1) Готовите авторекламни форми на собствени и чужди телевизионни продукции се предават в звено „Автореклама“ от понеделник до петък, от 09.30 до 14.30 ч., не по-късно от три дни преди излъчването им. Спазването на този срок е задължително с оглед необходимото технологичното време, необходимо за обработване, планиране и подаване на авторекламите към Излъчващ комплекс и програма.

(2) Авторекламни форми неотговарящи на технически изискванията или правила не се приемат за излъчване, като „старши експерт Автореклама“, отдел “Маркетинг” в Търговска дирекция. Той се обосновава писмено. (Приложение N°2)

Чл.20. (1) При условие, че авторекламните форми следва да се произведат от Автореклама, срокът за предаване на видеоматериали и текстовата информация, е от понеделник до сряда, но не в противоречие с чл.19 ал.1 от правилата.

(2) При неспазване на определените срокове и изисквания, „Автореклама” към отдел „Маркетинг” има право да забави производството и промени първото излъчване на авторекламната форма съобразено с периода на закъснение.

Чл.21. Изключения от определените срокове се допускат при:

1. Промяна на конкретна тема или гост от телевизионно предаване, както и във връзка с възникване на извънредни предавания, които са от съществено значение за програмните и търговски цели на БНТ и зрителската аудитория, което е свързано с наложителна и своевременна подмяна на подадената готова авторекламна форма с нова, с актуално съдържание.

2. Актуални авторекламни форми, които се предоставят и излъчват в деня на приемането им, предвид спецификата на съдържанието, значението и важността на информацията за зрителската аудитория.

V. ПЛАНИРАНЕ НА АВТОРЕКЛАМНИТЕ ФОРМИ

Чл.22. Отдел “Маркетинг”, Дирекция „Програма БНТ1” и Дирекция „БНТ Свят и региони” получават ежедневно актуална информация за рейтинга на телевизионните продукции. „Старши експерт Автореклама” към Отдел “Маркетинг” следи процеса на планиране на авторекламните форми, и осъществява комуникация с продуцентските екипи, с оглед получаване на актуална информация за предаванията и по прецизното им планиране.

Чл.23. Въз основа на посочените акценти и приоритети на телевизионните продукции в седмичните програми, „старши експерт Автореклама” или „старши експерт Планиране”, отдел „Маркетинг“ в Търговска дирекция изготвят схеми с позиционирането на авторекламните форми в програмите на БНТ.

Чл.24. Препрограмиране на авторекламна форма от един блок в друг блок, който попада в прайм-тайма на съответната програма, може да се извърши само след одобрение от началник отдел "Маркетинг" в Търговска дирекция.

Чл.25.(1) При отпадане на телевизионни продукции или промяна на планирания ден и час на излъчването им, по преценка на „Отговорен координатор" към Дирекция "Програма БНТ 1" се допълват или подменят подадените от Автореклама клипове.

Клиповете за подмяна, описани по жанр и времетраене, се подават всяка седмица от Автореклама под формата на таблица. (Приложение 3).

(2) Посоченото изискване важи и в случаите, когато отпадне конкретна тема или гост от телевизионна продукция, които са представени в авторекламната форма, планирана и подадена за излъчване. В този случай отговорност носят делегираните и изпълнителните продуценти, които са длъжни да предприемат действия за спиране от излъчване на авторекламната форма. Съответните действия задължително трябва да бъдат отправени в писмен вид. Уведомлението за подобни действия задължително трябва да бъдат отправени в писмен вид.

Чл.26. (1) Авторекламните форми се планират в зависимост от етапа на излъчване, в който се намира телевизионната продукция и типа клип (Приложение № 1)

(2) При условие, че в отдел „Маркетинг“ не е подадена готова текуща авторекламна форма според определените срокове и изисквания и с оглед на недопускане на пропуснати ползи от комуникацията, в схемите се планира имидж клип за съответната телевизионна продукция, ако има подаден такъв.

Чл.27. Авторекламни форми за повторения на предавания не се планират, освен в случаите, когато има заявен интерес от страна на спонсор за включване на негова заставка към анонс при повторното излъчване на телевизионната продукция или в случаите на програмна необходимост.

VI. ИЗЛЪЧВАНЕ НА АВТОРЕКЛАМНИТЕ ФОРМИ

Чл.28. (1) Авторекламните форми и блокове се излъчват при спазване на всички условия на настоящите правила.

(2) Авторекламните форми се излъчват след подадена и одобрена от „старши експерт Планиране на Автореклама“, отдел "Маркетинг" или началник отдел "Маркетинг", схема с авторекламните блокове.

(3) Авторекламните форми се координират от страна на „старши експерт Автореклама“.

Чл.29. Авторекламните форми се излъчват според изискванията, посочени в чл. 11 (Приложение № 1) от настоящите правила и съобразно изготвени схеми от отдел "Маркетинг".

Чл.30. Авторекламните форми се монтират и излъчват с кашове в началото и в края или в рамките на рекламен блок. Изключение от това правило правят нестандартните авторекламни форми, които се интегрират директно в съдържанието на съответните телевизионни продукции по време на излъчването им в ефир, тийзър спотове, както и някои от имидж клиповете, съобразно посланията и графичната стилистика, които носят.

Чл.31.(1) Авторекламните форми с включена спонсорска заставка се излъчват задължително в рекламни блокове, с кашове “Реклама” в началото и в края на всеки блок.

(2) При случаите, когато в рекламен блок е планиран за излъчване единичен рекламен клип, в него може да бъде включени за излъчване и авторекламни форми без спонсорска заставка, след съгласуване на схемата на позиционирането им между експерт „Планиране на автореклама“ и експерт от отдел „Продажби“.

VII. КОНТРОЛ НА АВТОРЕКЛАМНИТЕ ФОРМИ

Чл.32. (1). Авторекламните форми преминават през няколко нива на одобрение, преди планирането и излъчването им в програмите на БНТ, както следва:

1. Делегиран продуцент или главен продуцент.
2. Началник отдел „Маркетинг“.

(2) Отговорните служители по ал.1 могат да не одобрят и представят, респ. приемат за излъчване авторекламна форма при допуснати отклонения от настоящите правила и съществено противоречие между етапа, в който се намира продукцията, творческата концепция и съдържанието на клипа.

(3) Авторекламните форми се приемат за планиране и излъчване в отдел „Маркетинг“ с протокол, подписан от „старши експерт Автореклама“ и продуцента на телевизионната продукция, който удостоверява техническото качество на материала – Приложение № 2 към настоящите правила.

Чл.33. (1) Сектор „Излъчване“ на координационните центрове в Дирекция “Програма БНТ1” и в Дирекция „БНТ Свят и региони” излъчват ежедневно авторекламните форми и блокове според подадената схема. В случаите, когато има промени от първоначално подадената информация и се налага отпадане, удължаване или съкращаване на авторекламни блокове, например поради извънредни обстоятелства като включване на извънредни предавания или удължаване на времетраенето на преки предавания, промените могат да бъдат извършени от отговорните координатори на съответната програма

(2) Отговорните координатори в Дирекция “Програма БНТ 1” и Дирекция „БНТ Свят и региони” имат право да променят позициите на вече планираните (позиционираните) авторекламни форми и блокове по изключение, след съгласуване с отдел „Маркетинг“ или по стандартните изисквания, посочени в основните принципи на настоящите правила.

Чл.34. Отговорностите при производство, планиране и излъчване на Авторекламни форми се разпределят както следва:

1. Производство: Делегирани или главни продуценти на предаванията, както и отдел Маркетинг (в случай, че клиповете се произвеждат от звено Автореклама към отдел Маркетинг.)

2. Планиране: Автореклама към отдел „Маркетинг”. - Ниво Старши експерт Автореклама и Старши експерт планиране.

3. Излъчване: Дирекция „Програма БНТ1” - Ниво Отговорен координатор.

VIII. ПУБЛИЧНИ СЪОБЩЕНИЯ, НАПРАВЕНИ ВЪВ ВРЪЗКА С ПРИЗИВИ ЗА БЛАГОТВОРИТЕЛНОСТ И ОБЩЕСТВЕНОПОЛЕЗНИ КАУЗИ

Чл.35. (1) Съдържанието и формата на предоставяните от клиенти на БНТ материали за излъчване на съобщения, направени във връзка с призови за благотворителност и общественополезни каузи трябва да отговарят на изискванията на Закона за радиото и телевизията.

(2) БНТ приема за излъчване материалите в състояние на пълна техническа годност за излъчване чрез техническите средства на БНТ не по-късно от 3 (три) работни дни преди одобреното първо излъчване.

(3) Материалите трябва да бъдат предоставени посредством FTP или на носител USB, HDD във формат *.mov с компресия DVCPro25 или DV50, или MPEG2 4:2:0 или 4:2:2 с минимум 8 Mbit bit/rate. *.avi с компресия DV-PAL. Размер на кадъра 720x576, формат 16:9 Наименованието на файла трябва да съвпада с наименованието в заявката (например – Education_MON_30s.mov).

Чл.36. „Старши експерт Автореклама” към Отдел “Маркетинг” има право да откаже излъчването, както и да върне за преработка предоставен готов клип, ако качеството и стандартът му не отговарят на стандартите за излъчване и качество, установени в БНТ или с него са нарушени разпоредби на Закона за радиото и телевизията или действащото българско законодателство.

Чл.37. В случаите на предоставяне на телевизионно време по чл.89, ал.2 от ЗРТ във връзка с член 73, ал.1, от същия и след взето решение на Управителния съвет на БНТ за безвъзмездно излъчване, клиповете се планират за излъчване от „старши експерт Автореклама” към отдел “Маркетинг”.

ПРЕХОДНИ И ЗАКЛЮЧИТЕЛНИ РАЗПОРЕДБИ

§1. Настоящите правила за производство, планиране и излъчване на авторекламни форми в програмите на БНТ са приети на заседание на Управителния съвет, състояло се на 01.08.2013 г. и влизат в сила от 01.09.2013 г.

§2. Настоящите правила отменят Общите правила за изготвяне и излъчване на авторекламни клипове в програмата на БНТ, утвърдени с Решение на УС на БНТ – Протокол №30/29.05.2006г., валидни от 01.12.2006г. до 01.09.2013 г.

§3. До влизане в сила на настоящите правила се прилагат действащите правила.

§4. Изменения и допълнения на тези Общи правила се извършват по реда на тяхното приемане.

ЕТАП	ВИД АВТОРЕКЛАМНА ФОРМА	ВРЕМЕТРАЕНЕ В СЕКУНДИ	ИЗЛЪЧВАНИЯ НА ДЕН	ПЕРИОД НА ИЗЛЪЧВАНЕ
нова продукция	тийзър спот стартиращи нестандартни текущи	от 5 до 10 до 20 до 15 до 20	не повече от 10 не повече от 7 не повече от 10 не повече от 5	от 14 дни до 1 м. от 7 до 14 дни от 7 до 14 дни до 4 дни
от 3 до 9 месеца	универсални текущи актуални	до 20 до 20 до 20	не повече от 3 не повече от 5 не повече от 5	до 7 дни до 4 дни ежедневно
повече от 9 месеца	текущи актуални	до 20 до 20	не повече от 5 не повече от 5	до 4 дни ежедневно
временни	универсални нестандартни текущи	до 20 до 15 до 20	не повече от 7 не повече от 10 не повече от 5	от 14 дни до 1 м. от 7 до 14 дни до 4 дни
Имидж	имидж нестандартни	от 10 до 20 до 15	не повече от 5 не повече от 5	от 14 дни до 1 м. от 7 до 14 дни

**ПРИЕМО - ПРЕДАВАТЕЛЕН ПРОТОКОЛ ЗА КЛИП,
СЪГЛАСНО ПРАВИЛАТА ЗА ПРОИЗВОДСТВО, ПЛАНИРАНЕ И ИЗЛЪЧВАНЕ НА
АВТОРЕКЛАМНИ ФОРМИ В ПРОГРАМИТЕ НА БНТ**

Предаването се извърши от.....-
представител на продуцента/продукцията.....

I. Вид на предоставения клип :

1. Въвеждащ (тийзър спот)	
2. Универсален	
3. Текущ	
4. Имидж	
5. Актуален	
6. Комплексен	
7. Нестандартен	

II. При приемането на материала страните констатираха следното:

1. Продължителност: - отговаря на правилата за производство, планиране и излъчване на авторекламни форми ☺

2. Техническа годност: технически годен, отговаря на стандарта за излъчване в програмите на БНТ ☺

3. Нива на одобрение:

- Изпълнителен продуцент на телевизионната продукция ☺

- Делегиран продуцент или главен продуцент ☺

- Старши експерт Автореклама ☺

4. Преди подписването на настоящия протокол е извършен предварителен преглед на материала, след което той е:

- Одобрен ☺

- Неодобрен ☺

/ОТКАЗ на основание.....

...../

5. Ден и час на подписване на настоящия приемо-предавателен протокол:

на..... Г. В..... часа.

Предал:.....

/име/.....

Приел:.....

/име/.....

Жанрови предложения за седмицата

№	Публицистика	Филми	Спорт	Музика, забава, култура	Детски предавния
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					