



TVKIDS

**ESTATE
E PRESCUOLA 2020**

7 giugno al 5 settembre

Palinsesto pubblicitario	2
Mappa settimana tipo	4
Promozione	6
Modulo Mowgli	7
Modulo Mowgli Back to School	8
Modulo Baloo	9
Modulo multirete SuperKids	10
Modulo monorete SuperBoing	11
Modulo monorete Miniboing	12
Modulo monorete SuperCartoonito	13
Modulo multirete Mamma Mia!	14
Modulo multirete Young Woman	15
Modulo multirete Young Mum	16
Listino 30"	17
Stime	18
Tabella dei coefficienti di calcolo per formato	19
Co-Marketing	20
Modalità di Programmazione e Caratteristiche tecniche dei materiali	21
UNCONVENTIONAL	
Cartop Boing	23
Cartop Cartoonito	24
Cartop Family	25
Cartop Boy	26
Cartop Girl	27
Digitop Young Woman	28
Digitop Young Mum	29
Listino 15"	30
Long Video	31
Clausole accessorie	32
Condizioni generali di contratto	33

PALINSESTO PUBBLICITARIO



	DOM	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
07.00	MATTINA WEEKEND	BUONGIORNO BOING					MATTINA WEEKEND
08.15		MUM EARLY MORNING					
08.20	BUONGIORNO BOING						
09.00	MATTINA WEEKEND	MATTINA					MATTINA WEEKEND
11.30		MEZZOGIORNO					
11.35	MUM LUNCH						
11.40	MEZZOGIORNO						
13.00	PRIMO POMERIGGIO						
16.00	MERENDA						
18.00	PRESERALE						
18.20	MUM EVENING						
18.25	PRESERALE						
20.00	ACCESS PRIME TIME						
21.00	PRIME TIME						
22.15	MUM PRIME TIME						
22.20	PRIME TIME						
23.00							

PALINSESTO PUBBLICITARIO



	DOM	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
07.00		BUONGIORNO					
09.00	MATTINA WEEKEND	MATTINA					MATTINA WEEKEND
11.30		MEZZOGIORNO					
12.20		MUM LUNCH					
12.25							
13.00							
13.40	MUM EARLY AFTERNOON	PRIMO POMERIGGIO					MUM EARLY AFTERNOON
13.45							
16.00		MERENDA					
18.00		PRESERALE					
19.40		MUM EVENING					
19.45							
20.00							
20.40	PRESERALE	ACCESS PRIME TIME					PRESERALE
21.00		MUM ACCESS PRIME TIME					
22.15		PRIME TIME					
22.20		MUM PRIME TIME					
23.00							

MAPPA SETTIMANA TIPO



DOMENICA	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SABATO
C0720 MW C0750	C0720 BB C0750	C0720 MW C0750				
C0815 MMC	C0815 MMC	C0815 MMC	C0815 MMC	C0815 MMC	C0815 MMC	C0815 MMC
C0840 MW C0905 C0935 C1020 C1045 C1110	C0840 BB C0905 MA C0935 C1020 C1045 C1110	C0840 MW C0905 C0935 C1020 C1045 C1110				
C1135 MLC	C1135 MLC	C1135 MLC	C1135 MLC	C1135 MLC	C1135 MLC	C1135 MLC
C1220 MW C1250	C1220 MZ C1250	C1220 MW C1250				
C1315 PP C1340 C1410 C1435 C1500 C1535	C1315 PP C1340 C1410 C1435 C1530 C1550	C1315 PP C1340 C1410 C1435 C1500 C1535				
C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740
C1820 MEC	C1820 MEC	C1820 MEC	C1820 MEC	C1820 MEC	C1820 MEC	C1820 MEC
C1850 PR C1910 C1940 C2010 C2040	C1850 PR C1910 C1940 C2010 ST C2040	C1850 PR C1910 C1940 C2010 C2040				
C2100 PT C2150	C2100 PT C2125	C2100 PT C2150				
C2215 MPC	C2215 MPC	C2215 MPC	C2215 MPC	C2215 MPC	C2215 MPC	C2215 MPC
C2240 PT	C2240 PT	C2240 PT	C2240 PT	C2240 PT	C2240 PT	C2240 PT

***** DECODIFICA TESTATE *****

BB BUONGIORNO BOING
 MEC MUM EVENING
 MPC MUM PRIME TIME
 PP PRIMO POMERIGGIO
 ST ACCESS PRIME TIME

MA MATTINA
 MLC MUM LUNCH
 MW MATTINA WEEKEND
 PR PRESERALE

ME MERENDA
 MMC MUM EARLY MORNING
 MZ MEZZOGIORNO
 PT PRIME TIME

La mappa è indicativa e soggetta a variazioni in funzione delle modifiche del palinsesto dei programmi.

MAPPA SETTIMANA TIPO



DOMENICA	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SABATO
C0720 MW C0745 C0815 C0835 C0905 C0930 C1020 C1045 C1110 C1140 C1210 C1240	C0720 BB C0745 C0815 C0835 C0905 MA C0930 C1020 C1045 C1110 C1140 MZ	C0720 MW C0745 C0815 C0835 C0905 C0930 C1020 C1045 C1110 C1140 C1210 C1240				
C1315 PP	C1210 MLC	C1315 PP				
C1340 MAC	C1240 MZ	C1340 MAC				
C1410 PP C1435 C1515 C1540	C1315 PP C1340 C1410 C1435 C1515 C1540	C1410 PP C1435 C1515 C1540				
C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740	C1615 ME C1640 C1710 C1740
C1820 PR C1840 C1910	C1820 PR C1840 C1910	C1820 PR C1840 C1910	C1820 PR C1840 C1910	C1820 PR C1840 C1910	C1820 PR C1840 C1910	C1820 PR C1840 C1910
C1940 MEC	C1940 MEC	C1940 MEC	C1940 MEC	C1940 MEC	C1940 MEC	C1940 MEC
C2010 PR C2040	C1940 MEC C2010 ST	C2010 PR C2040				
C2110 PT C2140 C2215 C2240	C2040 MSC C2110 PT C2140 C2215 C2240 MPC	C2110 PT C2140 C2215 C2240				

***** DECODIFICA TESTATE *****

BB BUONGIORNO
ME MERENDA
MPC MUM PRIME TIME
MZ MEZZOGIORNO
PT PRIME TIME

MA MATTINO
MEC MUM EVENING
MSC MUM ACCESS PRIME TIME
PP PRIMO POMERIGGIO
ST ACCESS PRIME TIME

MAC MUM EARLY AFTERNOON
MLC MUM LUNCH
MW MATTINA WEEKEND
PR PRESERALE

La mappa è indicativa e soggetta a variazioni in funzione delle modifiche del palinsesto dei programmi.

PROMOZIONE



28 Giugno-4 Luglio 10%

I prezzi indicati nella brochure (compresa la sezione UNCONVENTIONAL) non comprendono, salvo diversa indicazione, la promozione.

Gli sconti promozionali non si applicano ai prodotti Long Video.

MODULO MOWGLI (QCA)



Buongiorno Boing	3
Mattina	7
Mattina Weekend	3
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	8
Merenda	6
Preserale	4
Prime Time	3



Buongiorno	4
Mattino	4
Mattina Weekend	7
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	5
Merenda	3
Preserale	3
Prime Time	5

69

Listino 13 settimane (dal 7/6 al 5/9)	290.000
Totale GRP'S Bambini 4-14	561,3
Totale GRP'S Bambini 4-10	707,9
Totale Spot	897

Il prezzo del Mowgli include lo sconto promozionale

MODULO MOWGLI BACK TO SCHOOL (QTA)



Buongiorno Boing	3
Mattina	12
Mattina Weekend	5
Mezzogiorno	1
Primo Pomeriggio	15
Merenda	9
Preserale	6
Prime Time	5



Buongiorno	6
Mattino	5
Mattina Weekend	6
Mezzogiorno	7
Primo Pomeriggio	7
Merenda	5
Preserale	7
Prime Time	6

105

Listino 9 settimane (dal 5/7 al 5/9)	315.000
Totale GRP'S Bambini 4-14	596,0
Totale GRP'S Bambini 4-10	758,0
Totale Spot	945

MODULO BALOO (QZB)



Buongiorno Boing	2
Mattina	11
Mattina Weekend	4
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	9
Merenda	8
Preserale	6
Prime Time	4



Buongiorno	3
Mattino	2
Mattina Weekend	4
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	2
Merenda	3
Preserale	3
Prime Time	3

68

	Listino 2 settimane	Totale Spot	Totale GRP'S Bambini 4-14	Totale GRP'S Bambini 4-10
7- 27 Giugno	51.200	136	95,8	114,1
21 Giugno-4 Luglio	48.600	136	95,8	114,1
5 Luglio-8 Agosto	39.600	136	93,2	118,0

	Listino 3 settimane	Totale Spot	Totale GRP'S Bambini 4-14	Totale GRP'S Bambini 4-10
16 Agosto- 5 Settembre	118.400	204	148,6	176,9

Il prezzo del Baloo include lo sconto promozionale

MODULO MULTIRETE SUPERKIDS (QHA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	2	3	2	3	2
Mattina	3	2	2	2	2
Mattina Weekend	4	4	4	4	2
Mezzogiorno	1	1	2	2	1
Primo Pomeriggio	8	9	9	4	9
Merenda	4	4	5	4	3
Preserale	5	5	4	5	5
Access Prime Time	3	1	1	1	1
Prime Time	4	4	5	3	6



Buongiorno	5	2	5	4	2
Mattino	2	3	2	4	4
Mattina Weekend	3	2	2	2	3
Mezzogiorno	1	1	1	1	1
Primo Pomeriggio	3	6	6	2	5
Merenda	5	6	4	5	4
Preserale	6	4	3	2	4
Access Prime Time	1	1	1	1	1
Prime Time	2	4	4	3	5

	62	62	62	52	60
--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	34.600	40,9	51,0
5 Luglio-8 Agosto	25.000	37,7	49,6
9-15 Agosto	19.400	30,5	37,1
16-22 Agosto	39.400	33,4	41,8
23 Agosto-5 Settembre	54.200	38,5	48,6

MODULO MONORETE SUPERBOING (QEA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	4	4	5	1	5
Mattina	6	5	5	4	5
Mattina Weekend	6	6	6	5	6
Mezzogiorno	3	4	3	2	3
Primo Pomeriggio	12	10	11	7	9
Merenda	8	7	7	8	7
Preserale	7	7	8	6	7
Access Prime Time	3	5	5	5	5
Prime Time	7	7	6	6	5
	56	55	56	44	52

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	37.700	46,0	52,3
5 Luglio-8 Agosto	28.000	43,4	53,5
9-15 Agosto	22.000	35,4	40,0
16-22 Agosto	42.400	37,1	42,4
23 Agosto-5 Settembre	58.400	42,7	48,6

MODULO MONORETE MINIBOING (QDA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	2	2	2	1	3
Mattina	3	3	3	2	3
Mattina Weekend	3	3	3	3	3
Mezzogiorno	2	2	2	1	2
Primo Pomeriggio	6	5	5	4	5
Merenda	4	3	4	4	4
Preserale	4	3	4	4	4
Access Prime Time	2	3	3	2	2
Prime Time	3	4	3	3	3
	29	28	29	24	29

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	20.000	24,2	27,5
5 Luglio-8 Agosto	14.300	22,2	27,4
9-15 Agosto	11.600	18,7	21,1
16-22 Agosto	22.700	19,9	22,7
23 Agosto-5 Settembre	32.400	23,8	26,9

MODULO MONORETE SUPERCARTOONITO (QFA)

Validità settimanale

	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno	4	5	5	3	5
Mattino	10	9	9	7	8
Mattina Weekend	8	7	7	6	6
Mezzogiorno	2	1	1	1	1
Primo Pomeriggio	16	14	14	9	11
Merenda	10	10	10	8	9
Preserale	8	8	9	7	8
Access Prime Time	1	1	1	1	2
Prime Time	5	5	5	7	5
	64	60	61	49	55

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	25.600	28,0	41,1
5 Luglio-8 Agosto	19.200	26,7	40,0
9-15 Agosto	14.300	20,8	29,4
16-22 Agosto	29.400	23,1	34,1
23 Agosto-5 Settembre	39.600	26,1	38,5

MODULO MULTIRETE MAMMA MIA! (QNA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	2	2	2	1	2
Mattina Weekend	1	1	1	1	1
Primo Pomeriggio	1	1	1	1	1



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno	2	2		2	2
Mattino	1	1	1	2	1
Mezzogiorno	4	2	3	1	2
Primo Pomeriggio	6	6	3	5	5
Merenda	1	1	2	2	3
Preserale	1	1	1	4	1
Access Prime Time	3	3	4	1	1
Prime Time	5	5	7	1	3
Mattina Weekend			2	1	3
	27	25	27	22	25

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	11.000	12,9	18,0
5 Luglio-8 Agosto	8.000	12,0	17,3
9-15 Agosto	5.600	8,8	11,8
16-22 Agosto	13.000	11,1	15,7
23 Agosto-5 Settembre	17.600	12,5	17,7

MODULO MULTIRETE YOUNG WOMAN (DGK)

Validità settimanale



Mum Lunch	5
Mum Evening	7
Mum Access Prime Time	5
Mum Prime Time	4
Mum Early Afternoon	2



Mattino	2
Mezzogiorno	2
Primo pomeriggio	3
Pomeriggio	2
Preserale	3
Sera	1

36

	Listino	Stima GRP'S 15-64	Stima GRP'S Donne 25-54
7-13 Giugno	17.300	3,5	6,0
14 Giugno-4 Luglio	12.500	3,0	4,8
5 Luglio-1 Agosto	13.400	3,6	5,5
2 -22 Agosto	12.800	3,6	5,5
23 Agosto - 29 Agosto	13.200	3,7	6,3
30 Agosto - 5 Settembre	13.200	3,7	6,3

Il prezzo del modulo DGK non comprende lo sconto che segue questa scansione:

28/6-4/7	10%	2-8/8	55%
12-18/7	20%	9-15/8	65%
19-25/7	35%	16-22/8	45%
26/7-1/8	55%	23-29/8	25%

MODULO MULTIRETE YOUNG MUM (DGS)

Validità settimanale



Mum Early Morning	7
Mum Lunch	7
Mum Evening	7
Mum Prime Time	7



Primo Pomeriggio	2
Pomeriggio	1
Preserale C	2
Sera	1



Mattino	1
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	2
Pomeriggio	1
Preserale	1
Sera	2

43

	Listino	Stima GRP'S 15-64	Stima GRP'S Donne 25-54
7-13 Giugno	18.400	3,7	5,2
14 Giugno-4 Luglio	14.500	3,5	4,9
5 Luglio-1 Agosto	14.500	3,9	5,3
2 -22 Agosto	13.600	3,9	5,4
23 Agosto - 29 Agosto	13.600	3,9	5,3
30 Agosto - 5 Settembre	13.600	3,9	5,3

Il prezzo del modulo DGS non comprende lo sconto che segue questa scansione:

28/6-4/7	10%	2-8/8	55%
12-18/7	20%	9-15/8	65%
19-25/7	35%	16-22/8	45%
26/7-1/8	55%	23-29/8	25%

LISTINO 30"



	7/6-4/7	5/7-15/8	16/8-5/9
Buongiorno Boing	580	350	830
Mattina	1.000	870	2.050
Mattina Weekend	1.000	680	1.300
Mezzogiorno	1.250	860	2.250
Primo Pomeriggio	940	720	1.700
Merenda	1.100	740	1.660
Preserale	1.060	780	1.700
Access Prime Time	1.270	970	2.050
Prime Time	730	620	1.250



Buongiorno	560	410	640
Mattina	480	480	1.100
Mattina Weekend	520	410	930
Mezzogiorno	480	480	1.250
Primo Pomeriggio	480	450	1.060
Merenda	540	360	930
Preserale	580	350	830
Access Prime Time	650	500	1.100
Prime Time	540	380	770

L'acquisto per fascia, per punto ora e per giorno prevede una maggiorazione del 10% sul prezzo di listino

STIME 4-14 ANNI (.000)

	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16/8-5/9
Buongiorno Boing	30	23	19	26
Mattina Weekend	52	45	26	41
Mattina	52	58	56	64
Mezzogiorno	65	57	40	70
Primo Pomeriggio	49	48	40	53
Merenda	57	49	42	52
Preserale	55	52	46	53
Access Prime Time	66	64	44	64
Prime Time	38	41	35	39



Buongiorno	29	27	20	20
Mattina Weekend	27	27	25	29
Mattino	25	32	24	34
Mezzogiorno	25	32	20	39
Primo Pomeriggio	25	30	23	33
Merenda	28	24	19	29
Preserale	30	23	17	26
Access Prime Time	34	33	14	34
Prime Time	28	25	18	24

Le stime comprendono gli ospiti. L'universo di riferimento è quello in vigore attualmente (Bambini 4-14 anni= 6.160.468)

TABELLA COEFFICIENTI DI CALCOLO

Non sono ammessi frames in eccedenza rispetto ai formati sottoindicati.

Fino a 10" ,00 frames	0,60
15" ,00 frames	0,70
20" ,00 frames	0,80
30" ,00 frames	1,00
40" ,00 frames	1,40
45" ,00 frames	1,70
50" ,00 frames	1,90
55" ,00 frames	2,20
60" ,00 frames	2,50

Qualora il prezzo risultante dal ricalcolo per formato avesse le unità diverse da 0, verrà arrotondato ai 10 Euro superiori

CO-MARKETING

Si definisce in co-marketing uno spot contenente riferimenti visivi e/o sonori a più di un prodotto/marca. Lo spot deve essere realizzato appositamente e non sarà accettato se composto da più parti autonome, che, singolarmente, costituirebbero un filmato a se stante. Non sarà considerato co-marketing la visualizzazione di più prodotti della stessa azienda, anche sviluppati in parti autonome, se appartenenti alla classe Nielsen Giocattoli.

Per spot co-marketing, la tabella dei coefficienti di calcolo per formato si integra come segue:

		Listino base (monoprodotto)	Listino co-marketing (2 prodotti)
Fino a	10" ,00 frames	0,60	0,85
	15" ,00 frames	0,70	1,00
	20" ,00 frames	0,80	1,15
	30" ,00 frames	1,00	1,40
	40" ,00 frames	1,40	1,60
	45" ,00 frames	1,70	1,90
	50" ,00 frames	1,90	2,10
	55" ,00 frames	2,20	2,45
	60" ,00 frames	2,50	2,80

Non sono ammessi frames in eccedenza rispetto ai formati sopraindicati.

Qualora il prezzo risultante dal ricalcolo per formato avesse le unità diverse da 0, verrà arrotondato ai 10 euro superiori.

MAGGIORAZIONI

10% sul listino co-marketing, per ogni prodotto/marca aggiuntivo al secondo.

RIDUZIONI

Solo per spot di durata fino a 30" nei seguenti casi:

- stessa linea 10%
- stessa classe di prodotto, fonte Adex Nielsen
Sono escluse le classi genericamente codificate "linea"
in quanto già contemplate dalla precedente riduzione 10%
- visualizzazione e/o citazione dei prodotti aggiuntivi al primo
per una durata complessiva inferiore al 10% della durata dello spot 20%
- promozioni, concorsi, raccolte punti 20%

Le riduzioni di cui sopra sono cumulabili al massimo fino al raggiungimento del valore del listino base (monoprodotto) per il relativo formato.

ECCEZIONI

Spot riferiti a servizi

1. Non sarà considerato co-marketing l'abbinamento nell'ambito dello stesso spot di prodotti necessari all'erogazione del servizio.
2. La presenza di più prodotti nello stesso spot non sarà considerata co-marketing se la durata della presentazione del secondo prodotto non supera il 25% della durata complessiva dello spot.

Spot riferiti a promozioni e concorsi

La citazione o visualizzazione del nome dell'azienda fornitrice dei regali non sarà considerata co-marketing, se la durata della presentazione del premio non supera il 25% della durata complessiva dello spot.

Spot della stessa azienda appartenenti alla stessa marca

Non sarà considerata co-marketing la visualizzazione complessiva della linea di prodotti o di prodotti che hanno un utilizzo combinato.

MODALITÀ DI PROGRAMMAZIONE

INTERRUZIONE DEI PROGRAMMI

Publitalia '80 pur impegnandosi, nell'area della qualità, a programmare i break ad interruzione dei vari programmi, non riconosce alcun risarcimento qualora ciò non avvenga.

CAMBIO MERCE

Per i contratti che prevedono la cessione di spazi pubblicitari in cambio merce, i valori esposti nel presente listino potrebbero subire maggiorazioni in funzione del periodo della campagna, del tipo di spazi utilizzati e delle caratteristiche merceologiche dei prodotti.

CONDIZIONI COMMERCIALI

Le stime di ascolto pubblicate nella brochure non sono vincolanti ai fini della definizione dei contratti pubblicitari.

CANALE BOING PLUS

I passaggi emessi su Boing dalle 5.00 alle 24.00 saranno trasmessi un'ora dopo su Boing Plus. I listini, gli spot e le stime/grp's pubblicati comprendono i passaggi sulla rete Boing Plus.

CARATTERISTICHE TECNICHE DEI MATERIALI

Vi invitiamo a visitare il sito www.publitalia.it: area TV - specifiche TV.



TVKIDS

unconventional

MODULO MONORETE CARTOP BOING (CBA)

Validità settimanale

La posizione privilegiata, prima o dopo i break e l'alta visibilità esaltata dalla cornice grafica, si aggiungono alla capacità di ciascun prodotto di raggiungere i propri target.



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	3	3	3	4	5
Mattina	7	10	10	8	9
Mattina Weekend	4	6	6	5	6
Mezzogiorno	3	3	3	2	2
Primo Pomeriggio	9	11	11	9	13
Merenda	7	9	9	8	7
Preserale	4	5	6	6	6
Access Prime Time	2	2	1	1	1
Prime Time	5	5	6	6	7
	44	54	55	49	56

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	29.300	36,3	41,0
5 Luglio-8 Agosto	27.300	43,1	52,2
9-15 Agosto	22.200	36,4	40,7
16-22 Agosto	45.000	40,1	45,1
23 Agosto-5 Settembre	61.000	45,5	51,1

MODULO MONORETE CARTOP CARTOONITO (CIA)

Validità settimanale

	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno	4	5	5	6	5
Mattino	6	8	8	6	7
Mattina Weekend	5	7	7	6	6
Mezzogiorno	2	3	3	2	3
Primo Pomeriggio	10	12	13	10	12
Merenda	5	7	7	7	7
Preserale	5	7	7	7	8
Access Prime Time	1	1	1	1	1
Prime Time	6	8	8	5	7
	44	58	59	50	56

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	17.400	19,4	28,3
5 Luglio-8 Agosto	18.300	25,9	38,8
9-15 Agosto	13.600	20,1	28,4
16-22 Agosto	29.300	23,5	34,7
23 Agosto-5 Settembre	39.800	26,6	39,4

MODULO MULTIRETE CARTOP FAMILY (CFA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	2	3	2	1	1
Mattina	1	1	1	2	3
Mattina Weekend	3	2	3	3	4
Mezzogiorno	1	1	1	2	2
Primo Pomeriggio	5	8	8	4	5
Merenda	3	4	4	3	4
Preserale	3	6	5	3	3
Access Prime Time	1	1	2	2	3
Prime Time	1	4	4	2	2



Buongiorno	4	4	3	1	3
Mattino	2	2	1	3	2
Mattina Weekend	2	2	2	3	3
Mezzogiorno	1	1	1	2	1
Primo Pomeriggio	3	3	3	2	2
Merenda	3	3	3	1	2
Preserale	3	3	3	1	2
Access Prime Time	1	1	1	1	1
Prime Time	1	1	1	3	2

40 50 48 39 45

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	21.200	25,6	32,0
5 Luglio-8 Agosto	20.500	31,5	41,3
9-15 Agosto	15.500	24,7	29,8
16-22 Agosto	31.300	27,0	33,6
23 Agosto-5 Settembre	43.500	31,4	38,6

MODULO MULTIRETE CARTOP BOY (XBA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	2	2	4	1	1
Mattina	2	2	1	1	1
Mattina Weekend	4	4	4	1	1
Mezzogiorno	2	2	2	2	1
Primo Pomeriggio	12	12	13	10	10
Merenda	2	2	2	2	3
Preserale	2	2	4	1	4
Access Prime Time	2	4	4	1	2
Prime Time	2	2	2	2	2



Buongiorno	1	1	1	2	1
Mattino	2	2	2	2	2
Mattina Weekend	2	1	1	1	2
Mezzogiorno	1	1	1	1	1
Primo Pomeriggio	1	1	1	1	1
Preserale	2	1	1	1	1
Prime Time				2	1
	39	39	43	31	34

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	23.800	28,7	33,8
5 Luglio-8 Agosto	18.800	28,8	36,3
9-15 Agosto	15.300	24,4	28,4
16-22 Agosto	26.000	22,5	27,1
23 Agosto-5 Settembre	35.300	25,5	30,9

MODULO MULTIRETE CARTOP GIRL (XGA)

Validità settimanale



	7/6-4/7	5/7-8/8	9-15/8	16-22/8	23/8-5/9
Buongiorno Boing	3	3	3	2	3
Mattina	3	3	2	2	2
Mattina Weekend	1	1	1	1	1
Mezzogiorno	2	2	2	2	1
Primo Pomeriggio					1
Merenda	1	1	4	2	4
Preserale	4	4	5	2	4
Access Prime Time	3	3	3	1	1
Prime Time	4	3	4	1	3



Buongiorno	2	1	1	1	1
Mattino	2	2	3	3	2
Mattina Weekend	3	2	3	2	2
Primo Pomeriggio	3	1	5	2	2
Merenda	12	10	10	10	10
Access Prime Time			1	1	1
Prime Time	3	1	3	3	1
Preserale	1	1	2	1	1
	47	38	52	36	40

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
7 Giugno-4 Luglio	24.000	28,7	36,7
5 Luglio-8 Agosto	15.200	23,3	30,9
9-15 Agosto	15.400	24,7	30,3
16-22 Agosto	25.200	21,8	28,1
23 Agosto-5 Settembre	35.000	25,3	31,9

DIGITOP YOUNG WOMAN (WWK)

Validità settimanale



Mum Lunch	5
Mum Evening	7
Mum Access Prime Time	5
Mum Prime Time	5
Mum Early Afternoon	2



Mattino	2
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	6
Pomeriggio	3
Preserale	3

40

	Listino 15"	Stima GRP'S 15-64	Stima GRP'S Donne 25-54
7-13 Giugno	17.500	3,9	6,7
14 Giugno-4 Luglio	13.000	3,4	5,5
5 Luglio-1 Agosto	14.200	4,1	6,5
2 -22 Agosto	13.500	4,2	6,4
23 Agosto - 29 Agosto	14.000	4,4	7,3
30 Agosto - 5 Settembre	14.000	4,4	7,3

Il prezzo del modulo WWK non comprende lo sconto che segue questa scansione:

28/6-4/7	10%	2-8/8	55%
12-18/7	20%	9-15/8	65%
19-25/7	35%	16-22/8	45%
26/7-1/8	55%	23-29/8	25%

DIGITOP YOUNG MUM (WWS)

Validità settimanale



Mum Early Morning	7
Mum Lunch	7
Mum Evening	7
Mum Prime Time	7



Primo Pomeriggio	2
Pomeriggio	1
Preserale	1
Sera	1



Mattino	1
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	2
Pomeriggio	1
Preserale	1
Sera	2

42

	Listino 15"	Stima GRP'S 15-64	Stima GRP'S Donne 25-54
7-13 Giugno	16.500	3,6	5,1
14 Giugno-4 Luglio	13.000	3,4	4,8
5 Luglio-1 Agosto	13.000	3,8	5,1
2 -22 Agosto	12.200	3,8	5,3
23 Agosto - 29 Agosto	12.200	3,8	5,2
30 Agosto - 5 Settembre	12.200	3,8	5,2

Il prezzo del modulo WWS non comprende lo sconto che segue questa scansione:

28/6-4/7	10%	2-8/8	55%
12-18/7	20%	9-15/8	65%
19-25/7	35%	16-22/8	45%
26/7-1/8	55%	23-29/8	25%

LISTINO 15"

	7/6-4/7	5/7-15/8	16/8 - 5/9
			
Buongiorno Boing	550	340	780
Mattina	940	810	1.900
Mattina Weekend	940	640	1.200
Mezzogiorno	1.170	810	2.100
Primo Pomeriggio	870	680	1.550
Merenda	1.030	690	1.550
Preserale	1.000	730	1.570
Access Prime Time	1.180	910	1.900
Prime Time	690	580	1.150



Buongiorno	530	400	600
Mattina	450	450	1.020
Mattina Weekend	500	400	870
Mezzogiorno	450	450	1.150
Primo Pomeriggio	450	430	1.000
Merenda	510	350	870
Preserale	550	340	780
Access Prime Time	610	470	1.020
Prime Time	510	360	710

LONG VIDEO

L'atmosfera allegra e colorata e la posizione di alta visibilità sono le caratteristiche di prodotti che consentono di raggiungere risultati di comunicazione importanti sui target più giovani. I Long Video sono realizzati appositamente con la garanzia della qualità editoriale e rispondono ad ogni esigenza di comunicazione.

Listino



Live Action	2 Settimane	56 LV 90"	330.000
Long Video Cartoon	2 Settimane	56 LV 90"	300.000
Mix Stop Motion/Computer Grafica	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Fashion	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Ricettario	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Libro	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Pianeta	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Scuola	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Cura Casa e persona	1 Settimana	28 LV 60"	130.000
Cinema Ciack	1 Settimana	28 LV 60"	125.000
Tg	1 Settimana	28 LV 60"	125.000



Live Action	2 Settimane	56 LV 90"	280.000
Sos Fata	2 Settimane	56 LV 90"	250.000
Long Video Cartoon	2 Settimane	56 LV 90"	250.000
Mix Stop Motion/Computer Grafica	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Fashion	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Ricettario	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Libro	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Pianeta	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Cura Casa e Persona	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Tg Mamma	1 Settimana	28 LV 60"	100.000
Cinema Ciack	1 Settimana	28 LV 60"	95.000
Giostrina	1 Settimana	28 LV 60"	95.000
Tg	1 Settimana	28 LV 60"	95.000

CLAUSOLE ACCESSORIE

TELEPROMOZIONI - LONG VIDEO

PRODUZIONE E EMISSIONE: la produzione dei singoli spazi di telepromozione e/o televendita è demandata esclusivamente all'organizzazione preventiva di Publitalia '80.

Tutti i prodotti realizzati da Publitalia '80 sono di proprietà della concessionaria e potranno andare in onda esclusivamente sulle properties Mediaset.

Non è possibile usare materiali prodotti per telepromozioni (compresi quelli dei prodotti Sistemi e Progetti Speciali) per realizzare spot.

COSTI ACCESSORI: L'acquisto degli spazi di telepromozioni, ove non espressamente indicato, non comprende i costi di conduzione, ovvero i compensi per la cessione di immagine da riconoscere direttamente agli artisti o loro agenti. La cessione del diritto di immagine si intende per un periodo di 90 giorni consecutivi dalla data di

avvio dalla pianificazione e/o messa in onda.

TELEPROMOZIONI ON LINE: i Clienti che intendono inserire le nostre telepromozioni sui loro siti internet dovranno inviare una richiesta formale via e-mail a R.T.I. indicando le specifiche riguardo le Reti e/o i programmi in cui le telepromozioni sono previste, il nome del prodotto (es.: Sistema Woman), il periodo di messa in onda, il prodotto sponsor, ed i Testimonial coinvolti. Inoltre dovrà essere indicato per esteso l'indirizzo URL del sito. Sarà necessario verificare con l'Ufficio Risorse Artistiche che i Testimonial abbiano aderito alla clausola contrattuale che prevede la loro presenza sui siti internet dei Clienti per un periodo non superiore ai sei mesi dalla data della prima emissione della telepromozione o Sistema.

Per tutto quanto specificamente non previsto, valgono le condizioni generali di contratto.

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO

1. OGGETTO

Oggetto delle presenti condizioni generali di contratto (d'ora in avanti, le "Condizioni Generali") è la regolamentazione dei contratti fra Publitalia '80 S.p.A. (d'ora in avanti, "Publitalia") e il cliente inserzionista (d'ora in avanti, l'"Utente") relativi all'acquisto di spazi pubblicitari sulle emittenti televisive e/o le testate giornalistiche e/o quegli ulteriori mezzi (d'ora in avanti, i "Mezzi") di cui Publitalia curerà la vendita a terzi.

2. CONCLUSIONE DEL CONTRATTO

2.1. La conclusione del contratto avente ad oggetto l'acquisto di spazi pubblicitari sui Mezzi (d'ora in avanti, il "Contratto") avverrà mediante ricezione dell'Utente del modulo inviato da Publitalia, con cui si conferma l'ordine effettuato telefonicamente e/o per iscritto (d'ora in avanti, la "Conferma d'ordine"), di cui le Condizioni Generali costituiscono allegato.

2.2. La Conferma d'ordine dovrà indicare i Mezzi, il periodo previsto per l'inizio della diffusione dei messaggi pubblicitari (d'ora in avanti, i "Messaggi"), la loro durata, le fasce orarie e/o il loro posizionamento sui Mezzi e il corrispettivo dovuto dall'Utente (d'ora in avanti, il "Corrispettivo").

2.3. La ricezione della Conferma d'ordine costituirà, ai sensi dell'art. 1326 c.c., conclusione del Contratto. L'Utente si impegna ad effettuare qualunque contestazione relativa alla conclusione del Contratto e/o a difformità fra il contenuto dell'ordine effettuato e la Conferma d'ordine inviata da Publitalia entro 7 giorni dalla ricezione della stessa

3. CONSEGNA DEL MATERIALE

3.1. L'Utente si impegna a consegnare, in duplice copia, il materiale (d'ora in avanti, il "Materiale") relativo ai Messaggi almeno otto giorni feriali prima della data prevista in Contratto per l'inizio della diffusione, ovvero nei tempi tecnici comunicati di volta in volta da Publitalia necessari per i singoli Mezzi, nei luoghi comunicati da Publitalia.

Il Materiale dovrà corrispondere alle qualità e caratteristiche tecniche precisate da Publitalia, necessarie per una corretta trasmissione dei Messaggi nel rispetto delle condizioni, modalità e caratteristiche del contenuto (durata del Messaggio, etc.) previste dal Contratto.

3.2. Qualora il Materiale, in duplice copia, non dovesse essere consegnato a Publitalia nel termine di cui al punto 3.1, l'Utente sarà comunque obbligato al pagamento del Corrispettivo.

3.3. Publitalia avrà facoltà di non trasmettere il Messaggio qualora il Materiale sia difettoso e/o non conforme agli standard tecnici e/o abbia caratteristiche differenti da quelle concordate.

3.4. In caso di rifiuto di trasmettere il Messaggio per motivi di cui al punto 3.3, Publitalia provvederà a comunicarlo per iscritto all'Utente, che avrà la facoltà di fornire altro materiale pubblicitario, purché venga consegnato a Publitalia entro i tempi indicati al punto 3.1. Qualora l'Utente non dovesse provvedere a fornire altro materiale a Publitalia, o tale materiale non dovesse pervenire entro il termine stabilito al punto 3.1, ovvero Publitalia dovesse nuovamente rifiutare la trasmissione del Messaggio per motivi di cui al punto 3.3, l'Utente sarà tenuto in ogni caso al pagamento del Corrispettivo.

3.5. Qualora non sia diversamente convenuto nel Contratto, il Materiale resterà di proprietà di Publitalia. In caso di pattuita restituzione, l'Utente si impegna a ritirare il Materiale entro i due mesi successivi all'ultima programmazione del Messaggio. In mancanza, Publitalia avrà diritto di distruggere il Materiale senza che l'Utente possa vantare pretese a nessun titolo.

4. CONFORMITÀ A LEGGI, REGOLAMENTI E USI

4.1. L'Utente si impegna a garantire la conformità dei Messaggi a leggi, regolamenti e usi vigenti e, fra l'altro, si impegna ad accettare e rispettare il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, che dichiara di conoscere, e le decisioni assunte dai Giuristi.

L'Utente dovrà tenere indenne Publitalia da ogni responsabilità che possa derivare a suo carico da qualunque violazione di leggi, regolamenti, convenzioni fra cui, a titolo esemplificativo, codici relativi alle telecomunicazioni, alla pubblicità, alla tutela dei dati personali derivante dalla trasmissione dei Messaggi.

4.2. Publitalia avrà facoltà, dandone comunicazione per iscritto all'Utente, di non trasmettere e/o di sospendere la trasmissione dei Messaggi qualora il loro contenuto sia contrario a leggi, regolamenti, usi o al buon costume, o in caso leda diritti di terzi. L'Utente si impegna ad uniformare il contenuto dei Messaggi a regolamenti, direttive e/o ordini che dovessero essere emanati, successivamente alla trasmissione dei Messaggi, dall'autorità giudiziaria, dai Giuristi di Autodisciplina Pubblicitaria, dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nonché da altre autorità amministrative e/o giurisdizionali.

4.3. L'Utente garantisce di essere titolare dei diritti di utilizzazione economica dei Messaggi e di essere in possesso delle autorizzazioni necessarie per la loro diffusione e si impegna a manlevare e tenere indenne Publitalia da qualsiasi conseguenza pregiudizievole dovesse derivargli a causa del contenuto dei Messaggi e/o dalla loro trasmissione. L'Utente si impegna, a semplice richiesta di Publitalia, ad esibire i documenti comprovanti l'ottenimento delle autorizzazioni necessarie per la diffusione dei Messaggi.

5. PROGRAMMAZIONE

5.1. Qualora non sia già previsto nel Contratto, e dietro richiesta scritta dell'Utente, Publitalia comunicherà allo stesso, almeno sette giorni prima della data prevista per la prima diffusione, la programmazione dei Messaggi con l'indicazione dei giorni e/o dei punti ora (d'ora in avanti, la "Programmazione").

5.2. L'Utente riconosce che la Programmazione ha valore indicativo. La stessa potrà essere pertanto soggetta a variazioni derivanti da esigenze tecniche e/o di programmazione generale.

5.3. Publitalia, pertanto, non sarà responsabile nel caso in cui i Messaggi non dovessero essere trasmessi nelle date e/o punti ora di Programmazione. In questo caso, Publitalia avrà facoltà di trasmettere i Messaggi in un giorno successivo - comunque entro e non oltre 7 giorni dalla data prevista dalla Programmazione - nel rispetto della fascia e/o posizione e/o collocazione e della durata prevista o, alternativamente, di corrispondere all'Utente il corrispettivo pagato per l'acquisto dello spazio pubblicitario in cui il Messaggio non è stato trasmesso, senza che l'Utente possa vantare pretesa alcuna a titolo di risarcimento del danno.

5.4. È esclusa ogni responsabilità di Publitalia nell'ipotesi di interruzioni, malfunzionamenti, sciopero dei Mezzi, mancata attivazione dei servizi di telecomunicazione o comunque a cause indipendenti dalla volontà di Publitalia che comportino la mancata diffusione dei Messaggi.

6. CORRISPETTIVO. MODALITÀ DI PAGAMENTO

6.1. Come corrispettivo dell'acquisto degli spazi pubblicitari, l'Utente si impegna a pagare gli importi indicati nel Contratto (d'ora in avanti, il "Corrispettivo").

6.2. Qualora non sia diversamente pattuito in Contratto, il pagamento del Corrispettivo dovrà essere effettuato entro 45 giorni dalla data di emissione della fattura da parte di Publitalia, senza possibilità di compensazione e/o deduzione di qualsiasi natura, fatto salvo quanto

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO

previsto dalla normativa vigente per le transazioni commerciali con la Pubblica Amministrazione.

6.3. In caso di ritardo nei pagamenti, Publitalia avrà facoltà di richiedere gli interessi moratori determinati nella misura degli interessi legali di mora (tasso BCE maggiorato di 8 punti percentuali), previa formale richiesta.

7. RECESSO DELL'UTENTE

7.1. L'Utente avrà facoltà di recedere dal Contratto a condizione che tale volontà venga comunicata a mezzo raccomandata a/r che dovrà pervenire a Publitalia almeno 60 giorni prima della data prevista per la prima diffusione dei Messaggi.

7.2. In caso di esercizio della facoltà di recedere dal Contratto di cui al punto 7.1., l'Utente si impegna a corrispondere un importo pari al 35% del Corrispettivo a titolo di penale, salva la prova del maggior danno da parte di Publitalia.

8. DECADENZA DAL BENEFICIO DEL TERMINE

Qualunque inadempimento e/o ritardo nel pagamento del corrispettivo relativo a prestazioni in corso, già eseguite e/o comunque dovuto, a qualunque titolo, costituirà, per Publitalia, diritto ad ottenere, immediatamente, l'intero pagamento dei propri crediti e conseguentemente, per l'Utente, la decadenza dal beneficio del termine e/o delle dilazioni eventualmente riconosciutegli in precedenza.

9. CESSIONE DI CREDITO

Publitalia potrà cedere a terzi i crediti derivanti dal Contratto. L'Utente, ai sensi dell'articolo 1264 c.c., dichiara di accettare l'eventuale cessione e di rinunciare ad opporre compensazioni ai sensi dell'articolo 1248 c.c..

10. RECLAMI-DECADENZA

In caso di irregolarità eventualmente riscontrate nella diffusione dei messaggi pubblicitari l'Utente s'impegna a pena di decadenza a notificarle a Publitalia a mezzo lettera raccomandata a.r. che dovrà pervenire entro quindici giorni dalla data della diffusione relativa con l'indicazione dell'irregolarità riscontrata. Nel caso in cui ritenga il reclamo fondato, Publitalia avrà facoltà di trasmettere i Messaggi viziati da irregolarità in un giorno successivo - comunque entro e non oltre 3 mesi dalla data prevista dalla Programmazione - nel rispetto della fascia e/o posizione e/o collocazione in genere e della durata prevista o, alternativamente, di corrispondere all'Utente il corrispettivo pagato per l'acquisto del relativo spazio pubblicitario, senza che l'Utente possa vantare pretesa alcuna a titolo di risarcimento del danno.

11. CLAUSOLA RISOLUTIVA ESPRESSA

Il mancato pagamento anche di uno solo dei corrispettivi dovuti e/o degli eventuali interessi di mora da parte dell'Utente, potrà dar luogo alla risoluzione del Contratto, ai sensi dell'art. 1456 c.c.. La risoluzione diventerà operativa a seguito dell'invio di lettera raccomandata a.r. con cui Publitalia dichiara di volersi servire della presente clausola.

12. SPESE

Tutte le spese derivanti dal Contratto, fra cui - a titolo esemplificativo - l'imposta sulla pubblicità ed i diritti sulle pubbliche affissioni, sono esclusivamente a carico dell'Utente.

13. MODIFICHE

Ogni modifica al Contratto ed alle Condizioni Generali sarà valida ed efficace solo se effettuata per iscritto e sottoscritta da entrambe le parti.

14. PREVALENZA DI DISPOSIZIONI

In caso di contrasto tra quanto previsto nelle Condizioni generali e quanto indicato nel Contratto, prevarranno le disposizioni contenute nel Contratto..

15. FORO COMPETENTE

Per qualunque controversia comunque derivante dalle Condizioni generali e/o dal Contratto, sarà esclusivamente competente il Foro di Milano.

16. TRATTAMENTO E TUTELA DEI DATI PERSONALI - PROTEZIONE DATI PERSONALI

16.1. Publitalia e l'Utente (le "Parti") precisano che il Regolamento Europeo in materia di protezione dei dati personali 697/16 (in seguito "GDPR") non trova applicazione al presente Contratto essendo sottoscritto da persone giuridiche ai sensi del Considerando 14 a mente del quale "il presente regolamento non disciplina il trattamento dei dati personali relativi a persone giuridiche, in particolare imprese dotate di personalità giuridica, compresi il nome e la forma della persona giuridica e i suoi dati di contatto" nonché dell'articolo 1.

16.2. Qualora nel corso dell'esecuzione del Contratto le Parti dovessero effettuare il trattamento di dati personali relative a persone fisiche le stesse si impegnano ad osservare quanto previsto dal GDPR, dalla normativa privacy nazionale, nonché dei successivi provvedimenti in materia, per le finalità connesse e strumentali all'esecuzione della presente Contratto e dei successivi accordi, ovvero per dare esecuzione agli obblighi previsti dalla legge. In nessun modo i dati personali potranno essere impiegati per altre iniziative diverse da quelle previste nel presente Contratto, salvo il caso di preventiva acquisizione di un consenso specifico ed informato da parte dell'interessato.

In particolare, le Parti garantiscono la liceità, correttezza e trasparenza del trattamento, il rispetto del principio della specificazione e limitazione delle finalità. Garantiscono, inoltre, che i dati personali siano trattati in misura adeguata e pertinente rispetto alle finalità di trattamento, mantenendone l'integrità, riservatezza e correttezza, attraverso idonee misure di sicurezza finalizzate ad evitare accessi illeciti o non autorizzati.

17. CODICE ETICO E MODELLO DI ORGANIZZAZIONE GESTIONE E CONTROLLO

L'Utente dichiara di avere preso atto del Codice Etico e del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo, ex D.Lgs. 231/2001, adottati da Publitalia, la cui osservanza costituisce parte essenziale delle obbligazioni assunte con la sottoscrizione del presente Contratto. Eventuali violazioni del Codice Etico e/o del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo di tempo in tempo vigenti potranno, pertanto, determinare, nei casi più gravi, la risoluzione del presente Contratto nonché il risarcimento dei danni eventualmente subiti da Publitalia.

SEDE CENTRALE

Palazzo Cellini - Milano 2 - 20090 Segrate
tel. 02/2102.1 - telex 316197 Canl5
Internet: www.publitalia.it - E-Mail: publitaliaonline@publitalia.it

SEDI REGIONALI

SEDE CENTRO SUD

Roma	via Tiburtina, 1361 Palazzina T9	tel. 06 361711
Napoli	via Boccaccio, 2	tel. 081 5758811

AGENZIA LAZIO

Five Media Communication Roma	viale Bruno Buozzi, 107	tel. 06 36003602
-------------------------------	-------------------------	------------------

AGENZIA VENETO, FRIULI VENEZIA GIULIA, TRENTO ALTO ADIGE

FULLTIME Verona	via Cà di Cozzi, 10	tel. 045 8678911- 045 915399
-----------------	---------------------	------------------------------

AGENZIA PIEMONTE, VAL D'AOSTA, LIGURIA

FULLTIME Torino	corso Quintino Sella, 12	tel. 011 2387111
-----------------	--------------------------	------------------

AGENZIA EMILIA ROMAGNA

PUBLISET Casalecchio di Reno (Bo)	via Cristoni 86	tel. 051 20195126
-----------------------------------	-----------------	-------------------

AGENZIA TOSCANA

MEDIATARGET Firenze	via degli Artisti 6F	tel. 055 7188610
---------------------	----------------------	------------------

AGENZIA MARCHE, ABRUZZO, UMBRIA, REPUBBLICA DI SAN MARINO

IDEA MEDIA Rimini	via Soardi, 6	tel. 0541 25666
-------------------	---------------	-----------------

AGENZIA CAMPANIA, PUGLIA, BASILICATA, MOLISE

CROSSMEDIA Bari	via Fresa, 2	tel. 080 5461169
CROSSMEDIA Napoli	via Boccaccio, 2	tel. 081 5758811

AGENZIA CALABRIA, SICILIA, SARDEGNA

GAP Palermo	via Wagner, 5	tel. 091 6121416
-------------	---------------	------------------