



**TVKIDS**

**PRIMAVERA 2020**

dal 12 gennaio al 6 giugno

Palinsesto pubblicitario	2
Mappa settimana tipo	4
Promozione	6
Modulo Mowgli	7
Modulo Baloo	7a
Modulo multirete Gulliver	8
Modulo multirete SuperKids	9
Modulo monorete SuperBoing	10
Modulo monorete SuperCartoonito	11
Modulo multirete Mamma Mia!	12
Modulo multirete Young Woman	13
Modulo multirete Young Mum	14
Listino 30"	15
Stime	16
Tabella dei coefficienti di calcolo per formato	17
Co-Marketing	18
Modalità di Programmazione e Caratteristiche tecniche dei materiali	19
<b>UNCONVENTIONAL</b>	
Cartop Boing	21
Cartop Cartoonito	22
Cartop Family	23
Cartop Boy	24
Cartop Girl	25
Digitop Young Woman	26
Digitop Young Mum	27
Listino 15"	28
Long Video	29
Clausole accessorie	30
Condizioni generali di contratto	31

**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	C1850 PR C1910 C1940 C2010 C2040				
C2100 PT C2150	C2010 ST C2040	C2100 PT C2150				
C2215 MPC	C2100 PT C2125	C2215 MPC				
C2240 PT	C2215 MPC C2240 PT	C2215 MPC C2240 PT	C2215 MPC C2240 PT	C2215 MPC C2240 PT	C2215 MPC 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	C0720 BB	C0720 MW				
C0745						
C0815						
C0835						
C0905						C0905
C0930	C0905 MA	C0930				
C1020	C0930	C0930	C0930	C0930	C0930	C1020
C1045	C1020	C1020	C1020	C1020	C1020	C1045
C1110	C1045	C1045	C1045	C1045	C1045	C1110
C1140	C1110	C1110	C1110	C1110	C1110	C1140
C1210						C1210
C1240	C1140 MZ	C1240				
C1315 PP	C1210 MLC	C1315 PP				
C1340 MAC	C1240 MZ	C1340 MAC				
C1410 PP	C1315 PP	C1410 PP				
C1435	C1340	C1340	C1340	C1340	C1340	C1435
C1515	C1410	C1410	C1410	C1410	C1410	C1515
C1540	C1435	C1435	C1435	C1435	C1435	C1540
C1615 ME	C1515	C1515	C1515	C1515	C1515	C1615 ME
C1640	C1540	C1540	C1540	C1540	C1540	C1640
C1710	C1615 ME	C1710				
C1740	C1640	C1640	C1640	C1640	C1640	C1740
C1820 PR	C1710	C1710	C1710	C1710	C1710	C1820 PR
C1840	C1740	C1740	C1740	C1740	C1740	C1840
C1910	C1820 PR	C1910				
C1940 MEC	C1840	C1840	C1840	C1840	C1840	C1940 MEC
C2010 PR	C1910	C1910	C1910	C1910	C1910	C2010 PR
C2040	C1940 MEC	C2040				
C2110 PT	C2010 ST	C2110 PT				
C2140	C2040 MSC	C2140				
C2215						C2215
C2240	C2110 PT	C2240				
	C2140	C2140	C2140	C2140	C2140	
	C2215	C2215	C2215	C2215	C2215	
	C2240 MPC					

\*\*\*\*\* 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



---

1-14/3	10%
--------	-----

---

12/4 - 2/5	15%
------------	-----

---

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	5
Mattina	9
Mattina Weekend	6
Mezzogiorno	5
Primo Pomeriggio	10
Merenda	8
Preserale	8
Prime Time	6



Buongiorno	2
Mattino	5
Mattina Weekend	6
Mezzogiorno	4
Primo Pomeriggio	9
Merenda	5
Preserale	5
Prime Time	5

---

98

---

Listino 21 settimane	860.000
Totale GRP'S Bambini 4-14	1.205,8
Totale GRP'S Bambini 4-10	1.580,1
Totale Spot	2.058

Il prezzo del Mowgli include lo sconto promozionale.

## MODULO BALOO (QZB)



Buongiorno Boing	5
Mattina	9
Mattina Weekend	7
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	13
Merenda	5
Preserale	6
Prime Time	10



Buongiorno	4
Mattino	2
Mattina Weekend	4
Mezzogiorno	4
Primo Pomeriggio	8
Merenda	8
Preserale	5
Prime Time	3

---

**95**


---

	Listino 4 settimane	Totale Spot	Totale GRP'S Bambini 4-14	Totale GRP'S Bambini 4-10
16 Febbraio - 14 Marzo	165.200	380	229,6	303,7
12 Aprile - 9 Maggio	159.700	380	223,4	289,1
10 Maggio - 6 Giugno	158.800	380	218,5	274,8

Il prezzo del Baloo include lo sconto promozionale.

## MODULO MULTIRETE GULLIVER (QPA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	7	7	10
Mattina	9	4	6
Mattina Weekend	8	8	8
Mezzogiorno	7	2	6
Primo Pomeriggio	14	13	15
Merenda	10	9	9
Preserale	11	12	12
Access Prime Time	2	4	2
Prime Time	5	8	8



Buongiorno	7	10	7
Mattino	5	2	4
Mattina Weekend	8	7	10
Mezzogiorno	6	5	6
Primo Pomeriggio	11	9	11
Merenda	8	10	8
Preserale	9	9	2
Access Prime Time	1	1	2
Prime Time	4	2	5

**132      122      131**

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	67.300	84,8	114,6
1 Marzo - 2 Maggio	77.600	80,2	106,3
3 Maggio - 6 Giugno	66.000	78,8	99,6

## MODULO MULTIRETE SUPERKIDS (QHA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	3	2	3
Mattina	6	5	3
Mattina Weekend	3	3	2
Mezzogiorno	2	2	2
Primo Pomeriggio	9	9	9
Merenda	5	3	4
Preserale	4	5	6
Access Prime Time	1	2	1
Prime Time	3	7	7



Buongiorno	5	1	3
Mattino	3	5	5
Mattina Weekend	3	1	1
Mezzogiorno	5	2	3
Primo Pomeriggio	5	7	7
Merenda	4	5	4
Preserale	4	4	1
Access Prime Time	1	1	1
Prime Time	3	3	3

**69      67      65**

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	33.700	42,4	57,6
1 Marzo - 2 Maggio	39.500	40,9	53,9
3 Maggio - 6 Giugno	32.000	38,1	47,9

## MODULO MONORETE SUPERBOING (QEA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	4	4	3
Mattina	6	8	7
Mattina Weekend	7	7	7
Mezzogiorno	2	2	2
Primo Pomeriggio	12	13	12
Merenda	9	10	8
Preserale	8	7	6
Access Prime Time	4	3	4
Prime Time	7	5	5
	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>54</b>

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	35.200	44,4	55,3
1 Marzo - 2 Maggio	41.600	43,1	52,8
3 Maggio - 6 Giugno	34.700	41,3	48,5

## MODULO MONORETE SUPERCARTOONITO (QFA)

## Validità settimanale

	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno	3	7	5
Mattino	7	7	8
Mattina Weekend	7	8	8
Mezzogiorno	1	2	2
Primo Pomeriggio	13	12	13
Merenda	10	8	10
Preserale	4	7	7
Access Prime Time	1	1	2
Prime Time	10	8	10
	<b>56</b>	<b>60</b>	<b>65</b>

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	25.700	30,8	46,4
1 Marzo - 2 Maggio	30.000	29,6	44,3
3 Maggio - 6 Giugno	24.200	27,3	40,9

## MODULO MULTIRETE MAMMA MIA! (QNA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	1	1	1
Mattina		1	1
Access Prime Time	1	1	1



Buongiorno	2	3	1
Mattino	8	9	10
Mattina Weekend	4	4	4
Mezzogiorno		1	1
Primo Pomeriggio	6	4	8
Merenda		3	3
Preserale	1	2	1
Access Prime Time	1	1	
Prime Time	1	1	2
	<b>25</b>	<b>31</b>	<b>33</b>

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	11.000	13,9	20,6
1 Marzo - 2 Maggio	14.700	15,2	22,3
3 Maggio - 6 Giugno	10.800	12,9	18,7

## 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
12 Gennaio - 1 Febbraio	14.800	4,7	8,3
2-15 Febbraio	12.400	4,7	8,2
16-29 Febbraio	11.500	4,7	8,2
1-28 Marzo	12.900	4,1	7,4
29 Marzo - 2 Maggio	21.500	4,3	7,5
3-30 Maggio	21.000	4,2	7,4
31 Maggio - 6 Giugno	17.300	3,5	6,0

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

26/1 - 1/2	10%	12-18/4	15%
23/2 - 29/2	10%	26/4 - 2/5	15%
29/3 - 4/4	10%	31/5 - 6/6	10%

## MODULO MULTIRETE YOUNG MUM (DGS)

## Validità settimanale

		12/1-4/4	5/4-6/6
			
Mum Early Morning		7	7
Mum Lunch		7	7
Mum Evening		7	7
Mum Prime Time		7	7
			
Primo Pomeriggio		2	2
Pomeriggio		1	1
Preserale		2	2
Sera		1	1
			
Mattino			1
Mattino Entertainment		1	
Mezzogiorno			2
Mezzogiorno Entertainment		2	
Primo Pomeriggio			2
Primo Pomeriggio Entertainment		2	
Pomeriggio			1
Pomeriggio Entertainment		1	
Preserale			1
Preserale Entertainment		1	
Sera			2
Sera Entertainment		2	
		<b>43</b>	<b>43</b>
	Listino	Stima GRP'S 15-64	Stima GRP'S Donne 25-54
12 Gennaio - 1 Febbraio	11.600	3,7	5,5
2-15 Febbraio	9.400	3,6	5,4
16-29 Febbraio	8.800	3,6	5,4
1-28 Marzo	11.000	3,5	5,3
29 Marzo - 4 Aprile	16.700	3,3	4,9
5 Aprile - 2 Maggio	16.200	3,2	4,7
3-30 Maggio	15.800	3,2	4,6
31 Maggio - 6 Giugno	18.400	3,7	5,2

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

26/1 - 1/2	10%	12-18/4	15%
23/2 - 29/2	10%	26/4 - 2/5	15%
29/3 - 4/4	10%	31/5 - 6/6	10%

**LISTINO 30"**

---

Buongiorno Boing	1.000
Mattina	600
Mattina Weekend	1.500
Mezzogiorno	700
Primo Pomeriggio	1.500
Merenda	1.500
Preserale	1.800
Access Prime Time	2.700
Prime Time	1.200



---

Buongiorno	1.000
Mattina	600
Mattina Weekend	1.000
Mezzogiorno	700
Primo Pomeriggio	900
Merenda	900
Preserale	1.200
Access Prime Time	1.700
Prime Time	900

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

## STIME 4-14 ANNI (.000)



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	33	35	34
Mattina Weekend	52	47	54
Mattina	10	18	13
Mezzogiorno	18	22	17
Primo Pomeriggio	44	47	50
Merenda	47	49	53
Preserale	72	63	64
Access Prime Time	89	88	86
Prime Time	37	38	38



Buongiorno	36	33	30
Mattina Weekend	45	36	31
Mattino	20	19	14
Mezzogiorno	25	21	17
Primo Pomeriggio	32	27	23
Merenda	36	30	28
Preserale	50	40	34
Access Prime Time	53	56	46
Prime Time	28	29	23

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
<b>30" ,00 frames</b>	<b>1,00</b>
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](http://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.



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	4	4	2
Mattina	5	5	5
Mattina Weekend	4	5	3
Mezzogiorno	2	2	1
Primo Pomeriggio	10	9	10
Merenda	7	7	7
Preserale	6	6	6
Access Prime Time	1	1	1
Prime Time	5	4	6
	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>41</b>

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	24.000	30,9	38,3
1 Marzo - 2 Maggio	29.000	30,7	37,6
3 Maggio - 6 Giugno	25.200	30,5	35,5

## MODULO MONORETE CARTOP CARTOONITO (CIA)

### Validità settimanale

	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno	3	4	5
Mattino	5	5	6
Mattina Weekend	5	5	6
Mezzogiorno	1	2	2
Primo Pomeriggio	7	9	10
Merenda	6	6	6
Preserale	5	5	6
Access Prime Time	1	1	1
Prime Time	5	5	5
	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>47</b>

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	18.000	21,8	32,9
1 Marzo - 2 Maggio	20.500	20,7	30,9
3 Maggio - 6 Giugno	17.200	19,8	29,6

## MODULO MULTIRETE CARTOP FAMILY (CFA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	1	1	4
Mattina	2	1	3
Mattina Weekend	4	3	3
Mezzogiorno	1	1	5
Primo Pomeriggio	4	7	7
Merenda	2	1	3
Preserale	3	3	3
Access Prime Time	2	2	1
Prime Time	4	3	1



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

**41      42      46**

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	22.000	28,3	38,0
1 Marzo - 2 Maggio	26.000	27,4	36,4
3 Maggio - 6 Giugno	22.200	26,9	33,3

## MODULO MULTIRETE CARTOP BOY (XBA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing	2	1	7
Mattina	5	7	3
Mattina Weekend	2	3	8
Mezzogiorno	1	3	
Primo Pomeriggio	2	1	
Merenda	10	6	6
Preserale	3	2	2
Access Prime Time	5	3	6
Prime Time		4	1



Buongiorno	5	4	1
Mattino	8	5	
Mattina Weekend	2	4	
Mezzogiorno	3	1	
Primo Pomeriggio	8	2	2
Merenda		2	
Preserale	5	8	5
Prime Time		1	3
	<b>61</b>	<b>57</b>	<b>44</b>

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	31.300	40,1	54,7
1 Marzo - 2 Maggio	32.400	34,2	45,7
3 Maggio - 6 Giugno	27.100	32,9	40,9

## MODULO MULTIRETE CARTOP GIRL (XGA)

### Validità settimanale



	12/1-29/2	1/3-2/5	3/5-6/6
Buongiorno Boing			1
Mattina	3	1	7
Mattina Weekend	4		3
Mezzogiorno	3	1	2
Primo Pomeriggio	12	14	8
Merenda			1
Preserale	3	3	4
Access Prime Time	3	1	4
Prime Time	2	5	1



Buongiorno	7	2	
Mattino	5	3	2
Mattina Weekend		2	
Mezzogiorno	4	2	2
Primo Pomeriggio	9	5	2
Merenda	10	6	4
Access Prime Time		1	1
Prime Time		3	
	<b>65</b>	<b>49</b>	<b>42</b>

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
12 Gennaio - 29 Febbraio	31.400	40,2	54,9
1 Marzo - 2 Maggio	28.600	30,2	40,1
3 Maggio - 6 Giugno	22.500	27,2	33,5

## 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
12 Gennaio - 1 Febbraio	16.500	5,1	9,1
2-15 Febbraio	12.500	5,1	9,0
16-29 Febbraio	11.500	5,1	9,0
1-28 Marzo	12.800	4,6	8,2
29 Marzo - 2 Maggio	21.000	4,6	8,2
3-30 Maggio	20.700	4,6	8,1
31 Maggio - 6 Giugno	17.500	3,9	6,7

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

26/1 - 1/2	10%	12-18/4	15%
23/2 - 29/2	10%	26/4 - 2/5	15%
29/3 - 4/4	10%	31/5 - 6/6	10%

## DIGITOP YOUNG MUM (WWS)

### Validità settimanale



12/1-4/4

5/4-6/6

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



Primo Pomeriggio	2	2
Pomeriggio	1	1
Preserale	1	1
Sera	1	1



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

42

42

	Listino 15"	Stima GRP'S 15-64	Stima GRP'S Donne 25-54
12 Gennaio - 1 Febbraio	10.300	3,6	5,4
2-15 Febbraio	8.300	3,5	5,3
16-29 Febbraio	7.800	3,5	5,3
1-28 Marzo	9.700	3,4	5,2
29 Marzo - 4 Aprile	16.000	3,5	5,2
5 Aprile - 2 Maggio	14.500	3,1	4,6
3-30 Maggio	14.000	3,1	4,4
31 Maggio - 6 Giugno	16.500	3,6	5,1

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

26/1 - 1/2	10%	12-18/4	15%
23/2 - 29/2	10%	26/4 - 2/5	15%
29/3 - 4/4	10%	31/5 - 6/6	10%

## LISTINO 15"




---

Buongiorno Boing	720
Mattina	430
Mattina Weekend	1.050
Mezzogiorno	500
Primo Pomeriggio	1.050
Merenda	1.050
Preserale	1.280
Access Prime Time	1.950
Prime Time	860




---

Buongiorno	720
Mattina	430
Mattina Weekend	720
Mezzogiorno	500
Primo Pomeriggio	640
Merenda	640
Preserale	860
Access Prime Time	1.200
Prime Time	640

## 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 12/1-14/3 e 12/4-6/6	Listino Pasqua 15/3-11/4
				
Live Action	2 Settimane	42 LV 90"	280.000	300.000
Stop Motion	2 Settimane	42 LV 90"	280.000	300.000
Long Video Cartoon	2 Settimane	42 LV 90"	280.000	300.000
Teatro	2 Settimane	42 LV 90"	280.000	300.000
Mix Stop Motion/Computer grafica	1 Settimana	21 LV 60"	120.000	135.000
Question & Answer	1 Settimana	21 LV 60"	120.000	135.000
Fashion	1 Settimana	21 LV 60"	120.000	135.000
Ricettario	1 Settimana	21 LV 60"	120.000	135.000
Libro	1 Settimana	21 LV 60"	120.000	135.000
Pianeta	1 Settimana	21 LV 60"	120.000	135.000
Cinema Ciack	1 Settimana	21 LV 60"	115.000	130.000
TG	1 Settimana	21 LV 60"	115.000	130.000



Live Action	2 Settimane	42 LV 90"	190.000	210.000
Stop Motion	2 Settimane	42 LV 90"	190.000	210.000
Sos Fata	2 Settimane	42 LV 90"	190.000	210.000
Long Video Cartoon	2 Settimane	42 LV 90"	190.000	210.000
Teatro	2 Settimane	42 LV 90"	190.000	210.000
Mix Stop Motion/Computer grafica	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Question & Answer	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Fashion	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Ricettario	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Libro	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Pianeta	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Tg Mamma	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Giostrina	1 Settimana	21 LV 60"	85.000	95.000
Cinema Ciack	1 Settimana	21 LV 60"	75.000	85.000
TG	1 Settimana	21 LV 60"	75.000	85.000

## 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. CONFORMITA' 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 dal Giuri.

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, dal Giuri 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. E' 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. MODALITA' 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](http://www.publitalia.it) - E-Mail: [publitaliaonline@publitalia.it](mailto: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
-------------	---------------	------------------