

# STRENNE

dal 20 dicembre 2020 al 9 gennaio 2021

# TVkids

Palinsesto pubblicitario	2
Mappa settimana tipo	5
Modulo SantaClaus	8
Modulo SuperBoing	9
Modulo Miniboing	10
Modulo SuperCartoonito	11
Modulo Cartoonito Plus	12
Listino 30"	13
Stime	14
Tabella dei coefficienti di calcolo per formato	15
Co-Marketing	16
Modalità di Programmazione e Caratteristiche tecniche dei materiali	17
<b>UNCONVENTIONAL</b>	
Cartop Boing	19
Cartop Cartoonito	20
Cartop Family	21
Cartop Boy	22
Cartop Cartoonito Plus	23
Cartop Girl	24
Listino 15"	25
Long Video	26
Clausole accessorie	27
Condizioni generali di contratto	28

## PALINSESTO PUBBLICITARIO



	DOM	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
07.00	SVEGLIA						
08.00	BUONGIORNO						
10.00	MATTINA						
12.00	MEZZOGIORNO						
14.00	PRIMO POMERIGGIO						
17.00	MERENDA						
19.00	ACCESS PRIME TIME						
21.00	PRIME TIME						
23.00							

## PALINSESTO PUBBLICITARIO



	DOM	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
07.00	SVEGLIA						
08.00	BUONGIORNO						
10.00	MATTINA						
12.00	MEZZOGIORNO						
14.00	PRIMO POMERIGGIO						
17.00	MERENDA						
19.00	ACCESS PRIME TIME						
21.00	PRIME TIME						
23.00							

## PALINSESTO PUBBLICITARIO



	DOM	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB
07.00	SVEGLIA						
08.00	BUONGIORNO						
10.00	MATTINA						
12.00	MEZZOGIORNO						
14.00	PRIMO POMERIGGIO						
17.00	MERENDA						
19.00	ACCESS PRIME TIME						
21.00	PRIME TIME						
23.00							

## MAPPA SETTIMANA TIPO



DOMENICA	LUNEDI	MARTEDI	MERCOLEDI	GIOVEDI	VENERDI	SABATO
C0700 SV C0735						
C0815 BB C0840 C0910 C0935						
C1020 MA C1045 C1105 C1135						
C1205 MZ C1240 C1305 C1345						
C1405 PP C1440 C1505 C1540 C1610 C1640						
C1710 ME C1735 C1805 C1835						
C1910 ST C1945 C2010 C2040						
C2100 PT C2125 C2215 C2240						

\*\*\*\*\* DECODIFICA TESTATE \*\*\*\*\*

BB BUONGIORNO  
MZ MEZZOGIORNO  
ST ACCESS PRIME TIME

MA MATTINA  
PP PRIMO POMERIGGIO  
SV SVEGLIA

ME MERENDA  
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
C0705 SV C0735						
C0810 BB C0840 C0915 C0940	C0810 BB C0840 C0910 C0940	C0810 BB C0840 C0915 C0940				
C1010 MA C1040 C1110 C1145	C1010 MA C1040 C1110 C1135	C1010 MA C1040 C1110 C1145				
C1215 MZ C1240 C1305 C1335						
C1405 PP C1435 C1505 C1535 C1615 C1645						
C1710 ME C1740 C1805 C1835						
C1910 ST C1935 C2010 C2040						
C2105 PT C2135 C2205 C2235						

\*\*\*\*\* DECODIFICA TESTATE \*\*\*\*\*

BB BUONGIORNO  
MZ MEZZOGIORNO  
ST ACCESS PRIME TIME

MA MATTINA  
PP PRIMO POMERIGGIO  
SV SVEGLIA

ME MERENDA  
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
C0715 SV C0740						
C0800 BB C0835 C0915 C0940						
C1010 MA C1035 C1120 C1145						
C1205 MZ C1235 C1305 C1340						
C1405 PP C1445 C1505 C1540 C1605 C1640						
C1710 ME C1740 C1810 C1835						
C1905 ST C1935 C2010 C2045						
C2110 PT C2140 C2200 C2225						

\*\*\*\*\* DECODIFICA TESTATE \*\*\*\*\*

BB BUONGIORNO  
MZ MEZZOGIORNO  
ST ACCESS PRIME TIME

MA MATTINA  
PP PRIMO POMERIGGIO  
SV SVEGLIA

ME MERENDA  
PT PRIME TIME

## MODULO SANTACLAUS (QLA)

20/12-9/1



Sveglia	2
Buongiorno	5
Mattina	4
Mezzogiorno	5
Primo Pomeriggio	7
Merenda	3
Access Prime Time	4
Prime Time	4



Sveglia	2
Buongiorno	5
Mattina	4
Mezzogiorno	5
Primo Pomeriggio	7
Merenda	3
Access Prime Time	4
Prime Time	4



Sveglia	1
Buongiorno	1
Mattina	7
Mezzogiorno	1
Primo Pomeriggio	8
Merenda	5
Access Prime Time	5
Prime Time	3

99

Listino 3 settimane	55.300
Totale GRP'S Bambini 4-14	122,4
Totale GRP'S Bambini 4-10	159
Totale Spot	297

## MODULO SUPERBOING (QEA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	3
Buongiorno	6
Mattina	7
Mezzogiorno	5
Primo Pomeriggio	11
Merenda	7
Access Prime Time	8
Prime Time	7



Sveglia	3
Buongiorno	6
Mattina	7
Mezzogiorno	5
Primo Pomeriggio	11
Merenda	7
Access Prime Time	8
Prime Time	7

108

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	30.800	43,7	53,5
27 Dicembre-9 Gennaio	22.700	43,7	53,5

## MODULO MINIBOING (QDA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	2
Buongiorno	3
Mattina	2
Mezzogiorno	3
Primo Pomeriggio	4
Merenda	4
Access Prime Time	3
Prime Time	3



Sveglia	2
Buongiorno	3
Mattina	2
Mezzogiorno	3
Primo Pomeriggio	4
Merenda	4
Access Prime Time	3
Prime Time	3

48

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	13.400	18,9	23,2
27 Dicembre-9 Gennaio	9.800	18,9	23,2

## MODULO SUPERCARTOONITO (QFA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	5
Buongiorno	11
Mattina	7
Mezzogiorno	11
Primo Pomeriggio	12
Merenda	8
Access Prime Time	8
Prime Time	9

---

**71**


---

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	22.000	31,1	45,3
27 Dicembre-9 Gennaio	16.800	31,1	45,3

## MODULO CARTOONITO PLUS (QUA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	4
Buongiorno	5
Mattina	2
Mezzogiorno	5
Primo Pomeriggio	5
Merenda	3
Access Prime Time	3
Prime Time	6



Sveglia	3
Buongiorno	6
Mattina	6
Mezzogiorno	8
Primo Pomeriggio	5
Merenda	5
Access Prime Time	2
Prime Time	5

73

	Listino	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	17.500	24,7	33,9
27 Dicembre-9 Gennaio	13.400	24,7	33,9

## LISTINO 30"

	20-26/12	27/12-9/1
		
Sveglia	180	130
Buongiorno	370	270
Mattina	550	260
Mezzogiorno	600	310
Primo Pomeriggio	520	270
Merenda	550	410
Access Prime Time	750	550
Prime Time	440	320



Sveglia	110	80
Buongiorno	400	300
Mattina	450	220
Mezzogiorno	550	280
Primo Pomeriggio	400	210
Merenda	450	330
Access Prime Time	500	370
Prime Time	440	320



Sveglia	100	70
Buongiorno	180	130
Mattina	280	130
Mezzogiorno	340	180
Primo Pomeriggio	280	140
Merenda	280	200
Access Prime Time	340	250
Prime Time	320	240

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

## STIME 4-14 ANNI (.000)

20/12-9/1



Sveglia	11
Buongiorno	23
Mattina	34
Mezzogiorno	37
Primo Pomeriggio	32
Merenda	34
Access Prime Time	46
Prime Time	27



Sveglia	7
Buongiorno	25
Mattina	28
Mezzogiorno	34
Primo Pomeriggio	25
Merenda	28
Access Prime Time	31
Prime Time	27



Sveglia	6
Buongiorno	11
Mattina	17
Mezzogiorno	21
Primo Pomeriggio	17
Merenda	17
Access Prime Time	21
Prime Time	20

Le stime comprendono gli ospiti. L'universo di riferimento è quello in vigore attualmente (Bambini 4-14 anni= 6.098.949)

## 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.

## CARATTERISTICHE TECNICHE DEI MATERIALI

Vi invitiamo a visitare il sito [www.publitalia.it](http://www.publitalia.it): area TV - specifiche TV.

unconventional  
TV **kids**

## MODULO 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.



20/12-9/1

Sveglia	2
Buongiorno	2
Mattina	3
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	6
Merenda	5
Access Prime Time	5
Prime Time	4



Sveglia	2
Buongiorno	2
Mattina	3
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	6
Merenda	5
Access Prime Time	5
Prime Time	4

58

	Listino 15"	GRP'S Bambini	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	16.400	23,7	29,0
27 Dicembre-9 Gennaio	12.100	23,7	29,0

## MODULO CARTOP CARTOONITO (CIA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	1
Buongiorno	5
Mattina	6
Mezzogiorno	4
Primo Pomeriggio	7
Merenda	6
Access Prime Time	5
Prime Time	5

---

**39**


---

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	12.200	17,5	25,6
27 Dicembre-9 Gennaio	9.300	17,5	25,6

## MODULO CARTOP FAMILY (CFA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	2
Buongiorno	2
Mattina	2
Mezzogiorno	1
Primo Pomeriggio	1
Merenda	1
Access Prime Time	3
Prime Time	4



Sveglia	3
Buongiorno	4
Mattina	3
Mezzogiorno	1
Primo Pomeriggio	5
Merenda	2
Access Prime Time	2
Prime Time	4



Sveglia	2
Buongiorno	2
Mattina	2
Mezzogiorno	1
Primo Pomeriggio	1
Merenda	1
Access Prime Time	3
Prime Time	4

56

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	15.200	22,0	29,2
27 Dicembre-9 Gennaio	11.200	22,0	29,2

## MODULO CARTOP BOY (XBA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	2
Buongiorno	4
Mattina	9
Merenda	4
Access Prime Time	3
Prime Time	6



Sveglia	5
Buongiorno	7
Mattina	3
Mezzogiorno	2
Primo Pomeriggio	8
Access Prime Time	4



Sveglia	2
Buongiorno	4
Mattina	9
Merenda	4
Access Prime Time	3
Prime Time	6

85

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	22.700	32,8	43,2
27 Dicembre-9 Gennaio	16.700	32,8	43,2

## MODULO CARTOP CARTOONITO PLUS (CPA)

## Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	8
Mattina	6
Mezzogiorno	9
Primo Pomeriggio	3
Merenda	2
Prime Time	5



Buongiorno	8
Mezzogiorno	10
Merenda	2
Prime Time	2

55

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	13.300	19,2	26,5
27 Dicembre-9 Gennaio	10.200	19,2	26,5

## MODULO CARTOP GIRL (XGA)

### Validità settimanale



20/12-9/1

Sveglia	3
Mattina	4
Mezzogiorno	3
Primo Pomeriggio	10
Access Prime Time	3



Sveglia	4
Buongiorno	6
Mattina	3
Primo Pomeriggio	4
Merenda	6
Access Prime Time	3



Sveglia	3
Mattina	4
Mezzogiorno	3
Primo Pomeriggio	10
Access Prime Time	3

72

	Listino 15"	GRP'S Bambini 4-14	GRP'S Bambini 4-10
20-26 Dicembre	19.800	28,6	37,2
27 Dicembre-9 Gennaio	14.600	28,6	37,2

## LISTINO 15"



20-26/12

27/12-9/1

Sveglia	190	140
Buongiorno	380	280
Mattina	550	270
Mezzogiorno	600	320
Primo Pomeriggio	520	280
Merenda	550	420
Access Prime Time	760	550
Prime Time	450	330



Sveglia	120	90
Buongiorno	410	310
Mattina	460	230
Mezzogiorno	550	290
Primo Pomeriggio	410	220
Merenda	460	340
Access Prime Time	500	380
Prime Time	450	330



Sveglia	110	80
Buongiorno	190	140
Mattina	290	140
Mezzogiorno	350	190
Primo Pomeriggio	290	150
Merenda	290	210
Access Prime Time	350	260
Prime Time	330	250

## 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 28 LV 60"		Listino 21 LV 60"	
		20-26/12	27/12-9/1	20-26/12	27/12-9/1
					
Mix Stop Motion/Computer Grafica	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000
Fashion	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000
Ricettario	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000
Libro	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000
Pianeta	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000
Cinema	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000
TG	1 Settimana	130.000	120.000	100.000	90.000



Mix Stop Motion/Computer Grafica	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
Fashion	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
Ricettario	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
Libro	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
Pianeta	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
TG mamma	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
Cinema	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
TG	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000
Giostra	1 Settimana	100.000	90.000	80.000	70.000

## 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 dal Giurì.

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 Giurì 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](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
-------------	---------------	------------------

Palazzo Cellini  
Milano 2  
20090 Segrate (Milano)

[www.publitalia.it](http://www.publitalia.it)

 GRUPPO MEDIASET  
**PUBLITALIA '80**