

CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA DI SPAZI PUBBLICITARI SU RAI TELEVIDEO

ART. 1 IRREVOCAABILITA' DELL'ORDINE

Oggetto delle presenti "Condizioni Generali di Vendita" è la disciplina dei rapporti contrattuali tra la Sipra ed il Committente relativi all'acquisto di uno o più spazi sulle pagine di Rai Televideo, servizio informatico fornito 24 ore su 24 ai telespettatori di almeno uno dei canali a diffusione nazionale per onde hertziane della Rai Radiotelevisione Italiana S.p.A. (di seguito più brevemente "Emittente") per la diffusione di messaggi pubblicitari nei tempi e nei modi convenuti tra le parti. Ogni richiesta di utilizzo di spazi da parte del Committente dovrà essere indirizzata agli uffici della Sipra, concessionaria esclusiva dell'Emittente e dovrà indicare lo spazio prescelto, le caratteristiche del messaggio, il periodo previsto per l'inizio della diffusione, la durata, il corrispettivo ed ogni altra indicazione contenente condizioni particolari di vendita e deve contenere l'accettazione scritta delle "Condizioni Generali di Vendita". Detta richiesta costituirà una proposta irrevocabile, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 1329 c.c., per un periodo di 120 giorni e si renderà impegnativa per Sipra soltanto con l'accettazione a mezzo di corrispondenza commerciale.

ART. 2 CONSEGNA MATERIALE E DIRITTO DI RIFIUTO

Il Committente prende atto che gli adempimenti tecnici necessari per l'inserimento e la messa in onda del messaggio pubblicitario dovranno essere previamente concordati con la Rai, alla quale spettano le operazioni di controllo ed approvazione circa la realizzazione grafica del messaggio e la conformità dei contenuti (testi, sceneggiature etc.) alle disposizioni di legge, dell'Autodisciplina Pubblicitaria e della propria linea editoriale (disponibile nella sezione "Advertising" del sito www.raitrade.it). Il Committente, inoltre, si impegna a consegnare alle strutture editoriali di Televideo o ad altri soggetti da Sipra indicati, il materiale occorrente per la diffusione dei messaggi, realizzato conformemente alle prescrizioni tecniche indicate, almeno 15 giorni prima della data prevista per l'inizio della diffusione. Tutte le spese relative alla produzione ed alla trasmissione dal materiale pubblicitario sono a carico del Committente. Le strutture editoriali di Televideo potranno fornire eventualmente al Committente in comodato d'uso il software di gestione, al solo scopo di favorire il tempestivo aggiornamento dei messaggi, con le modalità che verranno concordate. La mancata diffusione dei messaggi dovuta al ritardo nella consegna dei materiali ovvero al mancato rispetto da parte del Committente delle disposizioni summenzionate e/o delle ulteriori prescrizioni impartite comporterà, comunque, la fatturazione dei relativi spazi prenotati. Per esigenze di natura editoriale, l'Emittente si riserva la facoltà di non diffondere e/o di sospendere in qualsiasi momento la diffusione dei messaggi pubblicitari, senza che il Committente possa vantare alcuna pretesa di risarcimento o indennizzo e fermo restando l'obbligo dello stesso di corrispondere quanto dovuto per i messaggi già trasmessi.

ART. 3 ACCETTAZIONE CODICE DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE, CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE TV E MINORI

Il Committente prende atto che le disposizioni del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e del Codice di Autoregolamentazione TV e Minori sono vincolanti e obbligatorie per il mezzo di diffusione e si impegna a rispettare detti Codici ed a conformarsi alle decisioni dei loro organi giudicanti, anche in ordine alla eventuale pubblicazione delle stesse.

ART. 4 PROGRAMMAZIONE E MODIFICA PALINSESTO, LIMITAZIONI DI RESPONSABILITA'

Il corrispettivo pattuito comprende, per tutto il periodo di durata del contratto, l'occupazione dello spazio e gli eventuali aggiornamenti del testo del messaggio, richiesti dal Committente a mezzo di comunicazione scritta. In proposito, il Committente prende atto che l'Emittente, per esigenze tecniche e/o di servizio, può variare in ogni momento il palinsesto di Televideo, modificando in tutto o in parte la programmazione pubblicitaria, ivi inclusa la numerazione dei fascicoli, senza per questo che Sipra possa essere ritenuta responsabile. Sipra, da parte sua, pur impegnandosi a fare quanto in suo potere per garantire il rispetto della programmazione indicata, si riserva la facoltà di apportare, anche senza preavviso, ogni modifica che ritenesse necessaria per adeguare la programmazione pubblicitaria alle variazioni del palinsesto dell'Emittente e, quindi, di inserire il messaggio in uno spazio alternativo avente le medesime caratteristiche di quello originario. Qualora ciò non risultasse possibile, Sipra e il Committente definiranno tempi e modi di recupero ovvero, in alternativa, il Committente potrà rinunciare agli spazi oggetto di variazione.

ART. 5 FACOLTA' DI RINUNCIA

Ogni rinuncia agli spazi prenotati dovrà essere espressa a mezzo lettera raccomandata da far pervenire alla Sipra S.p.A., Direzione Generale, Torino - Corso Bernardino Telesio, 25-. Tale rinuncia, fatto salvo il corrispettivo dovuto per i messaggi già diffusi e ad eccezione di quanto previsto nell'articolo che precede, comporterà l'addebito di una penale pari al 15 per cento dell'importo dello spazio rinunciato se la rinuncia perverrà a Sipra prima di 60 giorni dalla data programmata. Qualora la rinuncia pervenga nel periodo successivo ai 60 giorni anzidetti e comunque 30 giorni prima dell'inizio delle trasmissioni, la penale sarà pari al 35 per cento dell'importo dello spazio rinunciato; oltre questo termine l'importo sarà dovuto per intero. Resta fermo il risarcimento dell'eventuale maggior danno subito. Gli addebiti saranno conteggiati al prezzo netto pattuito all'atto della prenotazione.

ART. 6 RESPONSABILITA' DEL COMMITTENTE E MANLEVA

Il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine agli adempimenti connessi alla realizzazione ed alla diffusione del messaggio (ivi inclusi, a titolo esemplificativo, quelli concernenti la titolarità dei diritti di utilizzazione economica, la tutela dei dati personali, l'ottenimento delle necessarie autorizzazioni, l'assolvimento di tutti gli oneri fiscali, ecc.) e si impegna a manlevare e tenere indenni Sipra e l'Emittente da qualsivoglia contestazione o pretesa di terzi conseguente o comunque connessa al contenuto ed alla trasmissione del predetto messaggio. Nel caso di messaggio promozionale relativo ad una manifestazione a premio - così come disciplinata dal D.P.R. del 26/10/2001 n. 430 - il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine agli adempimenti richiesti dalla disciplina in materia, nessuno escluso, tenendo indenne per l'effetto Sipra e Rai da ogni pretesa o richiesta da parte dell'Amministrazione competente o dei destinatari della manifestazione a premio oggetto del messaggio pubblicitario.

ART. 7 CONDIZIONI DI PAGAMENTO

I pagamenti dovranno essere effettuati per quote mensili, entro 45 giorni dalla data di emissione delle singole fatture. Sipra si riserva comunque la facoltà di esigere dal Committente il pagamento anticipato dell'intero ordine ovvero la possibilità di richiedere idonee garanzie. In caso di ritardo nel pagamento Sipra applicherà interessi di mora calcolati al tasso di riferimento europeo maggiorato di tre punti percentuali. L'inadempienza del Committente nel pagamento dei corrispettivi autorizzerà Sipra a sospendere senz'altro l'esecuzione dell'ordine, a ritenerlo risolto di diritto e a pretendere l'importo complessivo residuo a titolo di penale.

ART. 8 RICONOSCIMENTO SCONTO D'AGENZIA E MANLEVA

La fatturazione avverrà al netto dello sconto di Agenzia del 15%, nel caso in cui il Committente si avvalga di un'impresa e/o struttura, professionalmente idonea, operante nel settore della comunicazione. Resta in ogni caso convenuto che tale impresa non avrà alcunché a pretendere, a qualsiasi titolo, nei confronti di Sipra. Qualora l'Agenzia prenoti spazi pubblicitari agendo in nome proprio e per conto di terzi la predetta dovrà rilasciare lettera formale di incarico, sottoscritta dal terzo stesso, contenente diretta assunzione di impegno da parte di quest'ultimo per tutte le obbligazioni derivanti dall'ordine e dalle eventuali sue prosecuzioni.

ART. 9 ACCETTAZIONE CONDIZIONI DI VENDITA LISTINI

Il Committente dichiara di aver preso visione dei correnti listini di vendita di Sipra e di accettare come parte integrante e sostanziale delle richieste di acquisto di spazi pubblicitari la normativa in detti listini prevista e specificata.

ART. 10 CONTESTAZIONI

La diffusione del messaggio pubblicitario si intende effettuata con la semplice irradiazione dello stesso da parte dell'Emittente ed è indipendente dal livello qualitativo della ricezione. Le contestazioni per le irregolarità eventualmente riscontrate nella diffusione dei messaggi dovranno pervenire a mezzo lettera raccomandata alla Sipra di Torino, a pena di decadenza, entro 15 giorni dalla diffusione del messaggio oggetto di contestazione con l'indicazione dell'irregolarità riscontrata. In nessun caso il Committente potrà ritardare o sospendere i pagamenti. Nel caso di riconosciuta fondatezza del reclamo il Committente avrà diritto alla sola ripetizione del messaggio interessato con esclusione di qualsiasi altro risarcimento.

ART. 11 DIVIETO DI CESSIONE

I diritti acquisiti da Sipra da parte del Committente non possono in alcun modo essere ceduti a terzi.

ART. 12 PATTI AGGIUNTIVI

Qualsiasi modifica delle presenti Condizioni Generali non sarà ritenuta valida se non pattuita per iscritto.

ART. 13 RESPONSABILITA' AMMINISTRATIVA

Le parti dichiarano di essere a conoscenza della normativa vigente in materia di responsabilità amministrativa della persona giuridica e, in particolare, del disposto del decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231. A tale riguardo, il Committente dichiara di aver preso visione del documento "Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.lgs. 231/2001" elaborato dalla Sipra e consultabile nell'area Azienda e Contatti del sito www.sipra.it.

L'osservanza delle prescrizioni contenute nel suddetto decreto è considerata parte essenziale, nell'interesse di Sipra anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 c.c., delle obbligazioni assunte dal Committente con il presente ordine. La violazione di una delle prescrizioni contenute nel suddetto decreto, costituirà inadempimento contrattuale, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla facoltà di risoluzione dell'ordine, pregiudicando il risarcimento del danno.

ART. 14 CODICE ETICO

Il Committente, preso atto dei Principi etici e generali di onestà e osservanza della legge, pluralismo, professionalità, imparzialità, correttezza, riservatezza, trasparenza, diligenza, lealtà e buona fede nonché del contenuto tutto del Codice Etico del Gruppo RAI - che dichiara di conoscere globalmente e nelle sue singole parti, avendone presa completa e piena visione nell'area "L'azienda Rai" del portale www.rai.it alla voce "Corporate Governance" - si impegna, per tutta la durata del presente ordine, ad attenersi al Codice stesso e a farlo conoscere nonché a farvi attenere i propri dipendenti, collaboratori, soci e chiunque partecipi all'esecuzione dell'ordine, osservando e facendo osservare ai citati soggetti un comportamento ad esso pienamente conforme e che non risulti lesivo dell'immagine e, comunque, dei valori morali e materiali in cui il Gruppo Rai si riconosce e che applica nell'esercizio della propria attività, anche con riferimento ai rapporti con i terzi. L'osservanza delle disposizioni tutte di detto Codice è considerata parte essenziale, nell'interesse della Sipra anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 c.c., delle obbligazioni assunte dal Committente con il presente ordine. La violazione anche di uno solo degli obblighi indicati dal Codice Etico costituisce, in conformità a quanto previsto al punto 10 del Codice medesimo, inadempimento contrattuale, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla facoltà di risoluzione dell'ordine, pregiudicando il risarcimento del danno.

ART. 15 FORO COMPETENTE

Per qualsiasi contestazione o controversia comunque derivante dall'applicazione e/o interpretazione delle presenti Condizioni Generali ovvero dall'esecuzione o risoluzione dei relativi contratti di vendita di spazi pubblicitari sarà competente in via esclusiva il Foro di Torino.

(Firma e Timbro del Committente)

(Data)

Ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1341 c.c. si approvano specificamente le seguenti clausole delle Condizioni di Vendita: art. 1 (Irrevocabilità dell'ordine), art. 2 (Consegna materiale e diritto di rifiuto), art. 4 (Programmazione e modifica palinsesto, limitazioni di responsabilità), art. 5 (Facoltà di rinuncia), art. 6 (Responsabilità del Committente e manleva), art. 7 (Condizioni di pagamento), art. 8 (Riconoscimento sconto d'agenzia e manleva), art. 10 (Contestazioni), art. 11 (Divieto di cessione), art. 15 (Foro Competente).

(Firma e Timbro del Committente)

(Data)