

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO DELLA PUBBLICITA' RADIOTELEVISIVA RAI - TV,RADIO TABELLARE

1) OGGETTO, IRREVOCABILITA' DELL' ORDINE E CONCLUSIONE DEL CONTRATTO

Oggetto delle presenti condizioni generali di contratto è la disciplina dei rapporti contrattuali tra la Sipra ed il Committente relativi ad investimenti pubblicitari sui canali radiotelevisivi della Rai di cui Sipra è concessionaria. L'ordine di pubblicità, di cui le condizioni generali di contratto costituiscono parte integrante, è per il Committente irrevocabile, per un periodo di 120 giorni, e si rende impegnativo per Sipra mediante accettazione.

2) ORDINE APERTO

L'ordine, se considerato "aperto", si riferisce alle pianificazioni pubblicitarie ivi indicate nonché a tutte quelle altre che, in prosecuzione, dovessero essere dal Committente richieste a Sipra e da questa accettate. Resta inteso che tutte le eventuali prosecuzioni d'ordine, se non diversamente previsto, resteranno soggette a tutte le condizioni generali e particolari descritte nell'ordine stesso ed espressamente accettate dal Committente. L'ordine "aperto", se non diversamente previsto, ha durata sino alla scadenza dell'anno solare in cui è stata effettuata la prima trasmissione.

3) MODIFICA PALINSESTO, VARIAZIONE CALENDARI E LIMITAZIONE DI RESPONSABILITA'

La Sipra, prima dell'inizio della diffusione, comunicherà al Committente il calendario contenente la programmazione degli spazi pubblicitari prenotati. Detto calendario avrà valore puramente indicativo e non vincolante per la Sipra. In proposito, il Committente prende atto che l'Emittente, per esigenze tecniche e/o di servizio, può modificare in ogni momento il proprio palinsesto, sopprimendo taluni programmi ovvero variandone orari, date e rete di trasmissione, senza per questo che Sipra/Emittente possano essere ritenute responsabili per gli ordini non soddisfatti e senza che il Committente possa vantare alcuna pretesa di risarcimento o indennizzo. La Sipra, da parte sua, pur impegnandosi a fare quanto in suo potere per garantire il rispetto di quanto indicato nel calendario, 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 pubblicitario in uno spazio alternativo avente le medesime caratteristiche di fascia temporale, di giorno e di rete. Qualora ciò non risultasse possibile e ad eccezione delle rubriche per le quali viene espressamente prevista la possibilità di modifica del giorno di programmazione, la Sipra ed il Committente definiranno tempi e modi di recupero ovvero, in alternativa, il Committente potrà rinunciare agli spazi oggetto di variazione. Il Committente prende atto, altresì, che con riferimento alla trasmissione di eventi sportivi i messaggi pubblicitari verranno diffusi in osservanza delle disposizioni stabilite in materia dal Regolamento AGCOM 538/01/CSP. Con particolare riguardo alle partite di calcio, la diffusione degli spot isolati è condizionata dallo svolgimento delle partite stesse, pertanto Sipra non ne garantisce la diffusione, senza per questo che possa essere ritenuta responsabile per gli ordini che non possano essere soddisfatti, impegnandosi in ogni caso a definire con il Committente tempi e modi di recupero.

4) FACOLTA' DI RINUNCIA

Ogni rinuncia allo spazio prenotato dovrà essere espressa a mezzo lettera raccomandata. Tale rinuncia, fatti salvi i diritti della Sipra relativi all'eventuale parte dell'impegno già eseguita e ad eccezione di quanto previsto nell'articolo che precede, comporterà l'addebito di una penale pari al 15% dell'importo dello spazio rinunciato se la rinuncia perverrà a Sipra prima di 60 giorni dalla data programmata. Qualora la rinuncia pervenisse nel periodo successivo ai 60 giorni anzidetti e comunque 30 giorni prima della data programmata, la penale sarà pari al 35% dell'importo dello spazio rinunciato; successivamente a tale termine l'importo sarà dovuto per intero, fermo restando il risarcimento dell'eventuale maggior danno subito. Gli addebiti saranno conteggiati al prezzo netto pattuito all'atto della prenotazione.

5) CONSEGNA MATERIALE E DIRITTO DI RIFIUTO

Il Committente prende atto che la Rai svolge tutte le operazioni di controllo ed approvazione relativamente ai requisiti tecnici del messaggio pubblicitario, nonché alla conformità dei suoi 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). A tale scopo, il Committente si impegna a consegnare il materiale occorrente per la diffusione dei messaggi pubblicitari, realizzato conformemente alle prescrizioni tecniche richieste e nel rispetto delle disposizioni di cui sopra, direttamente a Rai almeno 10 giorni prima della data prevista per l'inizio della trasmissione dei messaggi. Tutte le spese relative alla produzione ed alla trasmissione del materiale pubblicitario sono a carico del Committente. 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 l'inosservanza delle eventuali prescrizioni impartite comporterà, comunque, la fatturazione dei relativi spazi prenotati. Per esigenze connesse alla natura di pubblico servizio, in qualsiasi momento, anche successivo all'approvazione, il Committente prende atto che Rai si riserva la facoltà di non diffondere e/o di sospendere la diffusione dei messaggi pubblicitari, senza che il Committente possa vantare alcuna pretesa di risarcimento o indennizzo nei confronti di Sipra/Emittente e fermo restando l'obbligo del Committente medesimo di corrispondere quanto dovuto per i messaggi già trasmessi.

6) RESPONSABILITA' DEL COMMITTENTE

In ogni caso e per ogni eventualità il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine agli adempimenti connessi alla realizzazione ed alla diffusione dei messaggi pubblicitari. Il Committente 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 indenni la Sipra e la Rai verso l'Amministrazione Finanziaria ed i terzi in genere per ogni e qualsiasi reclamo, pretesa o richiesta comunque connessi o conseguenti alla realizzazione ed alla diffusione televisiva e/o radiofonica dei messaggi oggetto dell'ordine. Nel caso di messaggio promozionale relativo ad una manifestazione a premio il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine agli adempimenti richiesti dalla disciplina legislativa in materia, nessuno escluso, tenendo indenni per l'effetto la Sipra e la Rai da ogni pretesa o richiesta da parte dell'Amministrazione competente o dei destinatari della manifestazione a premio oggetto del messaggio pubblicitario.

7) ACCETTAZIONE CODICE DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE E 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.

8) CONDIZIONI DI PAGAMENTO

I pagamenti dovranno essere effettuati entro 45 giorni dalla data di emissione delle singole fatture. La Sipra si riserva, comunque, la facoltà di esigere il pagamento anticipato dell'intera campagna pubblicitaria ovvero 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 la Sipra a sospendere senz'altro l'esecuzione della campagna ancora in corso, a ritenere risolto di diritto il rapporto contrattuale e a pretendere l'importo complessivo residuo a titolo di penale.

9) RICONOSCIMENTO SCONTO D'AGENZIA E MANLEVA

L'importo degli spazi pubblicitari a pagamento, come indicato nel contratto, sarà soggetto ad uno sconto 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 nessun titolo, nei confronti della Sipra. Resta, inoltre, inteso che qualora il Committente dovesse agire in nome proprio e per conto di un terzo lo stesso dovrà rilasciare lettera formale di incarico, sottoscritta dal terzo, contenente diretta assunzione di impegno da parte di quest'ultimo per tutte le obbligazioni derivanti dal rapporto contrattuale.

10) IMPOSTE E SPESE DI BOLLO E REGISTRO

Tutti gli oneri fiscali comunque derivanti dal rapporto contrattuale sono a completo carico del Committente, comprese le eventuali spese di bollo e registro del contratto in caso d'uso.

11) ACCETTAZIONE CONDIZIONI DI VENDITA LISTINI

Il Committente dichiara di aver preso visione dei correnti listini di vendita della Sipra pubblicati e/o disponibili sul sito www.sipra.it e di accettarli come parte integrante e vincolante del rapporto contrattuale.

12) UNIVOCITA' PRODOTTO E CAMPAGNE MULTIPRODOTTO

Ogni singolo messaggio pubblicitario, oggetto dell'ordine, non dovrà contenere alcun richiamo a ditte o prodotti non contemplati nell'ordine stesso. Qualora all'interno di un messaggio pubblicitario vengano citati prodotti o servizi appartenenti a classi di prodotto differenti, alla tariffa di listino, calcolata sul totale della durata del messaggio pubblicitario, verrà applicato un supplemento del 20%.

13) 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 irregolarità di emissione riscontrate dal Committente dovranno, a pena di decadenza, pervenire a mezzo lettera raccomandata alla Sipra di Torino, Direzione Pianificazione TV e Radio/Back Office TV e Radio, entro 40 giorni dalla data di trasmissione. 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. La registrazione dei programmi trasmessi da Rai viene effettuata ininterrottamente dal "Servizio tecnico commerciale" di Sipra. Tale materiale, disponibile presso la Sipra di Torino, è a disposizione del Committente per attestare sia la qualità che l'avvenuta trasmissione dei messaggi.

14) MODIFICHE

Qualsiasi modificazione del rapporto contrattuale ed eventuali condizioni aggiuntive o speciali non sono valide se non pattuite per iscritto.

15) 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 contratto. 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 del rapporto contrattuale, pregiudicando il risarcimento del danno.

16) 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 rapporto contrattuale, ad attenersi al Codice stesso e a farlo conoscere nonché a farvi attenere i propri dipendenti, collaboratori, soci e chiunque partecipi all'esecuzione del contratto, 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 contratto. 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 del rapporto contrattuale, pregiudicando il risarcimento del danno.

17) FORO COMPETENTE

Per qualsiasi contestazione o controversia comunque dipendente dal rapporto contrattuale, come pure nell'ipotesi di contenzioso o di connessione di cause, ove la Sipra sia convenuta è esclusivamente competente il Foro di Torino, ove la Sipra sia attrice, la stessa potrà ricorrere tanto al Foro di Torino quanto a quello del domicilio del convenuto.

(firma e timbro del Committente)

(data)

Ai sensi e per gli effetti di cui agli artt. 1341 e 1342 c.c. si approvano specificatamente le seguenti clausole: art. 3 (Modifica palinsesto, variazione calendari e limitazione di responsabilità), art. 5 (Consegna materiale e diritto di rifiuto), art. 6 (Responsabilità del Committente), art. 13 (Contestazioni), art. 15 (Responsabilità Amministrativa), art. 16 (Codice Etico), art. 17 (Foro competente).

(firma e timbro del Committente)

(data)