

# CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA - RADIO INIZIATIVE SPECIALI

## ART. 1 MODALITA'

La sponsorizzazione di programmi radiofonici si esprime negli inviti all'ascolto che precedono immediatamente il programma e nei ringraziamenti per l'ascolto effettuati al termine della trasmissione.

In particolare, se accompagnati dalla sola citazione del marchio vengono definiti "billboard", se accompagnati dall'inserimento di slogan pubblicitari o di presentazioni di prodotti e servizi vengono definiti "inviti all'ascolto". S'intende per "prom sponsorizzato" il preannuncio di programma accompagnato dalla citazione di uno sponsor. Non contiene slogan.

La radiopromozione consiste, secondo quanto previsto dalla normativa vigente, nella presentazione all'interno di un programma del nome, del marchio o dell'attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi.

Gli spazi di sponsorizzazione e/o radiopromozione acquisiti non possono essere ceduti a terzi.

L'ordine è per il Committente irrevocabile per un periodo di 120 giorni e si rende impegnativo per la Rai Pubblicità soltanto con l'assegnazione a mezzo corrispondenza commerciale.

## ART. 2 MATERIALE

Per ogni tipologia di offerta, i testi devono pervenire per la verifica e l'approvazione del contenuto almeno 2 settimane prima della messa in onda. Su richiesta del cliente, inviti all'ascolto e radiopromozioni possono essere prodotti direttamente in agenzia e successivamente inviati all'ufficio Account Radio di Rai Pubblicità di Roma. In tal caso il materiale ammesso per la messa in onda può essere costituito esclusivamente da cd e dat: per ragioni tecniche legate alla messa in onda, non sono ammessi file MP3. L'uso di file MP3 è limitato all'ascolto delle prove effettuate dai conduttori e dagli speaker Rai e sottoposte al cliente per l'approvazione.

Diversamente da quanto avviene per la pubblicità tabellare, testi e materiali relativi alle Iniziative Speciali non devono essere inviati a Rai. La consegna deve avvenire esclusivamente presso la Rai Pubblicità di Roma:

Account Radio - Via degli Scialoja 23 Roma  
tel. +39 06 36175318 +39 06 36175498

## ART. 3 LIMITAZIONI

La gestione delle sponsorizzazioni e delle radiopromozioni deve adeguarsi a quanto disposto dalle leggi vigenti in materia e, in particolare, alla legge 223/90 e successive modifiche, al Decreto Ministeriale n. 581 del 9.12.1993, al regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendita deliberato dall'Autorità delle Garanzie nelle Comunicazioni il 26.7.2001 nonché al Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.

In particolare non possono contenere sponsorizzazioni e/o radiopromozioni i programmi di consulenza per i consumatori, i giornali radio e i notiziari di carattere politico, economico e finanziario.

Non sono, inoltre, consentite le sponsorizzazioni e le radiopromozioni da parte di soggetti la cui attività principale consiste nella fabbricazione o vendita di sigarette o di altri prodotti del tabacco, nella fabbricazione o vendita dei superalcolici, nella fabbricazione o vendita dei medicinali ovvero nella prestazione di cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica.

Oltre alle limitazioni di legge, RAI si riserva comunque il diritto a non effettuare sponsorizzazioni e/o radiopromozioni in alcuni programmi e di porre limitazioni generali o specifiche relative alla loro modalità di effettuazione, in tutti o in alcuni suoi programmi, come pure di porre limitazioni o divieti alla pubblicazione di marchi di prodotti appartenenti ad alcune classi merceologiche quali: armi e accessori, prodotti e metodi per lo sviluppo fisico, concorsi, pronostici e lotterie (esclusi quelli organizzati da o per conto di Enti Pubblici), forniture non richieste, servizi di prestito di denaro (esclusi quelli forniti da Istituti Bancari o Istituti Finanziari Pubblici), servizi di predizione della fortuna e simili, agenzie matrimoniali e circoli di corrispondenza, agenzie di collocamento, agenzie investigative, servizi di pompe funebri, spettacoli vietati ai minori.

## ART. 4 PROGRAMMAZIONE RADIOFONICA

Rai può modificare in ogni momento il proprio palinsesto, variandone orari, date e programmi. Qualora, per effetto di tali variazioni, una o più puntate del programma in cui sono inserite le sponsorizzazioni e le radiopromozioni non venissero effettuate, il corrispettivo spettante a Rai Pubblicità verrà proporzionalmente diminuito, senza che Rai Pubblicità sia tenuta a corrispondere alcun indennizzo o risarcimento, anche se il committente avesse sostenuto dei costi direttamente o indirettamente connessi con la radiopromozione, nella sua generalità o nelle puntate non effettuate.

Rai Pubblicità si impegna ad operare per far sì che vengano rispettate le modalità di svolgimento delle sponsorizzazioni e delle radiopromozioni concordate. Qualora ciò non si verifichi, Rai Pubblicità e il committente definiranno tempi e modi di recupero, escludendo preventivamente ogni e qualsiasi forma di risarcimento o indennizzo. Il recupero consisterà in spazi pubblicitari di sponsorizzazione e/o di radiopromozione il cui valore di listino non potrà superare il valore di listino dello spazio andato in onda in maniera difforme rispetto a quanto concordato.

RAI può variare in qualsiasi momento, per proprie motivazioni editoriali, i programmi nei quali è possibile effettuare una sponsorizzazione e/o una radiopromozione. Di conseguenza l'individuazione dei programmi contenuti nel listino Rai Pubblicità non costituisce impegno a contrattare.

## ART. 5 RINUNCE

Ogni rinuncia allo spazio prenotato dovrà essere espressa a mezzo lettera raccomandata ed in ogni caso avrà effetto solo dopo il tempo tecnico necessario per adeguarsi alla richiesta. Tale rinuncia, fatti salvi i diritti di Rai Pubblicità relativi agli spazi pubblicitari dell'eventuale parte del contratto già eseguita, comporterà l'addebito di una penale pari al 15 per cento dell'importo del contratto se la rinuncia perverrà a Rai Pubblicità prima di 60 giorni dalla data di inizio della programmazione.

Qualora la rinuncia pervenisse nel periodo successivo ai 60 giorni anzidetti e comunque 30 giorni prima dell'inizio della programmazione, la penale sarà pari al 35 per cento dell'importo del contratto; oltre questo termine, ovvero a programmazione iniziata, l'importo sarà dovuto per intero. Gli addebiti saranno conteggiati al prezzo netto pattuito all'atto della prenotazione. Per prenotazione si intende la conferma d'ordine effettuata dal Committente a Rai Pubblicità.

## ART. 6 RECLAMI

La diffusione della sponsorizzazione e/o radiopromozione si considera effettuata con la semplice irradiazione della stessa da parte della San Marino RTV ed è indipendente dal livello qualitativo della ricezione.

Le contestazioni per irregolarità o difformità rispetto agli accordi riscontrate dal committente dovranno, a pena di decadenza, pervenire a Rai Pubblicità, Direzione Marketing, Marketing Radio, Via Giovanni Carlo Cavalli, 6 10138 Torino, entro sette giorni dalla data di trasmissione a mezzo lettera raccomandata.

Nel caso di riconosciuta totale fondatezza del reclamo, il committente avrà diritto solamente ad un recupero in spazi di valore lordo di listino uguale a quello degli spazi oggetto del reclamo, con esclusione di qualsiasi altro risarcimento.

La registrazione dei programmi radiotelevisivi trasmessi dalle reti San Marino RTV viene effettuata ininterrottamente da San Marino RTV. Tale materiale, disponibile per 90 giorni, dalla messa in onda presso San Marino RTV, è a disposizione del Committente per attestare sia la qualità che l'avvenuta trasmissione.

## ART. 7 PAGAMENTI

I pagamenti dovranno essere effettuati entro 45 giorni dalla data di emissione delle singole fatture. Rai Pubblicità si riserva, comunque, la facoltà di esigere il pagamento anticipato dell'intero ordine, ovvero di richiedere idonee garanzie. In caso di ritardo nel pagamento, Rai Pubblicità applicherà interessi di mora calcolati al tasso di riferimento europeo maggiorato di 3 punti percentuali.

L'inadempienza dell'utente nel pagamento dei corrispettivi autorizzerà la Rai Pubblicità 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 MODIFICHE LEGISLATIVE

Eventuali modifiche legislative nella disciplina delle sponsorizzazioni e/o radiopromozioni o dei limiti di affollamento sono causa espressa di possibile risoluzione del contratto da parte di Rai Pubblicità, senza diritto per il Committente ad alcun risarcimento o indennizzo.

## ART. 9 RESPONSABILITA' DEL COMMITTENTE

In ogni caso e per ogni eventualità il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine alla titolarità e legittimità del marchio oggetto della sponsorizzazione e/o radiopromozione, e si impegna comunque a manlevare e tenere indenni la Rai Pubblicità e la Rai verso i terzi in genere per ogni e qualsiasi reclamo, pretesa o richiesta connessa o conseguente alla realizzazione delle comunicazioni commerciali oggetto dell'ordine nonché alle loro modalità di fatturazione. Nel caso di comunicazioni commerciali relative ad una manifestazione a premio il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine agli adempimenti richiesti dalla disciplina in materia, nessuno escluso, tenendo indenne per l'effetto Rai Pubblicità e RAI da ogni pretesa o richiesta da parte dell'Amministrazione competente o dei destinatari della manifestazione a premio oggetto delle comunicazioni commerciali. Nel caso di comunicazioni commerciali relative ai giochi con vincite in denaro, il Committente dichiara che le comunicazioni commerciali sono conformi alla disciplina vigente e, per l'effetto, dichiara di manlevare la Rai Pubblicità e la Rai con apposita lettera di manleva reperibile sul sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it). Nel rispetto della disciplina legislativa in materia, Rai Pubblicità emetterà le fatture nei confronti del Committente, intendendosi per Committente sia il soggetto che agisce in nome e per proprio conto, sia il soggetto che, munito di mandato scritto, agisce in nome proprio e per conto di un soggetto terzo.

## ART. 10 COMUNICAZIONI COMMERCIALI DURANTE IL PERIODO ELETTORALE

Nel caso di comunicazioni commerciali diffuse durante il periodo elettorale - ferme le prescrizioni di cui alla linea editoriale di Rai (disponibile nella sezione "Rai per gli operatori della Pubblicità" del sito di Rai) e le prescrizioni applicabili alle pubbliche amministrazioni e ad integrazione di quanto previsto all'articolo "Responsabilità del Committente" - il Committente garantisce che le comunicazioni commerciali non contengono immagini o riferimenti a candidati, esponenti di partito e movimenti politici, parlamentari europei, membri uscenti del parlamento italiano o membri del Governo italiano, delle giunte e dei consigli regionali o degli enti locali né affermazioni, dichiarazioni o comportamenti che possano, direttamente o indirettamente, influenzare o orientare il voto degli elettori, fornire indicazioni di voto o manifestare preferenza di voto. Per l'effetto il Committente si impegna a manlevare e tenere indenni la Rai Pubblicità e la Rai per ogni e qualsiasi reclamo, pretesa, richiesta avanzata dalle Autorità competenti o da terzi, connessa o conseguente alla diffusione di tali comunicazioni commerciali.

## ART. 11 ACCETTAZIONE CODICE DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE

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

## ART. 12 RICONOSCIMENTO SCONTO D'AGENZIA E MANLEVA

L'importo della pubblicità a pagamento, come indicato a fronte, sarà soggetto ad uno sconto del 15% nel caso in cui il committente, per il presente ordine, 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 Rai Pubblicità.

Resta inoltre inteso che, qualora il Committente dovesse agire per conto di un terzo, quest'ultimo rimane obbligato, in via solidale con il Committente nei confronti di Rai Pubblicità per tutte le obbligazioni derivanti sia dal presente ordine, sia dalle eventuali sue prosecuzioni.

## ART. 13 IMPOSTE E SPESE DI BOLLO E REGISTRO

Tutti gli oneri fiscali comunque derivanti dal presente ordine sono a completo carico del Committente, comprese le eventuali spese di bollo o registri dell'ordine in caso d'uso.

## ART. 14 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 D.lgs. 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 da Rai Pubblicità e consultabile nell'area "L'Azienda" del sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it). L'osservanza delle prescrizioni contenute nel suddetto decreto è considerata parte essenziale, nell'interesse di Rai Pubblicità 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 Contratto, pregiudicando il risarcimento del danno.

## ART. 15 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" del sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it) - si impegna, per tutta la durata del Contratto, ad attenersi al Codice stesso e a farlo conoscere nonché a farvi attenersi 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 di Rai Pubblicità 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 Contratto, pregiudicando il risarcimento del danno.

## ART. 16 FORO COMPETENTE

Per qualsiasi contestazione o controversia comunque dipendente dal presente ordine, come pure nell'ipotesi di contenzia o di connessione di cause, ove la Rai Pubblicità sia convenuta è esclusivamente competente il Foro di Torino.

Ove la Rai Pubblicità sia attrice, Rai Pubblicità potrà ricorrere sia al Foro di Torino quanto a quello del domicilio del convenuto.

## ART. 17 INFORMATIVA PER IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI AI SENSI DEGLI ARTT. 13 E 14 DEL REGOLAMENTO UE 2016/679 ("GDPR")

Titolarità. Titolare del trattamento è Rai Pubblicità S.p.A., con sede legale in Torino, Via Giovanni Carlo Cavalli, 6 10138 Torino.

Finalità del trattamento. Rai Pubblicità S.p.A. tratta i dati personali dei soggetti interessati per la sola finalità della instaurazione ed esecuzione dei rapporti contrattuali per la diffusione/publicazione delle Comunicazioni Commerciali sui mezzi per i quali essa è concessionaria indicati sul sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it), nonché per la ideazione e realizzazione di prodotti pubblicitari, nonché per finalità ad essa strettamente correlate.

Esercizio dei diritti. In relazione al trattamento dei dati personali, in ogni momento l'interessato potrà ottenere la conferma dell'esistenza o meno dei medesimi dati presso Rai Pubblicità S.p.A. e conoscerne il contenuto e l'origine, chiederne l'integrazione o la rettifica oppure, nei casi previsti dalla legge, la portabilità, la limitazione di trattamento, la cancellazione dei dati trattati, nonché opporsi, per motivi legittimi, al loro trattamento; su richiesta, potrà ottenere l'elenco aggiornato dei responsabili esterni del trattamento. L'interessato ha anche il diritto di proporre il reclamo al Garante per la protezione dei dati personali qualora ritenga che i suoi diritti non siano stati rispettati o che non abbia ricevuto riscontro alle sue richieste secondo legge. Le richieste dovranno essere formulate via e-mail all'indirizzo: [privacy@raipubblicita.it](mailto:privacy@raipubblicita.it).

Per maggiori informazioni sul trattamento dei dati personali, si invitano gli interessati a consultare l'informativa completa presente sul sito [www.raipubblicita.it/legal](http://www.raipubblicita.it/legal).

(firma e timbro)

(data)

Ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1341 c.c. si approvano specificamente le seguenti clausole delle Condizioni Generali di Vendita:

art. 1 (Modalità), art. 2 (Materiale), art. 3 (Limitazioni), art. 4 (Programmazione Radiofonica), art. 5 (Rinunce), art. 6 (Reclami), art. 7 (Pagamenti), art. 8 (Modifiche Legislative), art. 9 (Responsabilità del Committente), art. 12 (Riconoscimento Sconto d'Agenzia e Manleva), art. 16 (Foro Competente).

(firma e timbro)

(data)