



# Listino Pubblicitario

primavera 2013

dal 31 marzo al 29 giugno

*Sipra*

<b>Listino Sponsorizzazioni</b> .....	pag.	3
Moduli settimanali.....	pag.	4
Adpoint Moduli settimanali.....	pag.	7
 Norme e condizioni di vendita.....	 pag.	 14

13 febbraio 2013



# Listino Sponsorizzazioni Moduli Settimanali

primavera 2013

dal 31 marzo al 29 giugno



## Meteoradio A

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 5.45 alle 23.30

**tipologia intervento** 12 billboard (5" indicativi) in apertura e 48 inviti all'ascolto da 10" in apertura

**investimento lordo** € 43.200,00 per una settimana

	dom	lun	mar	mer	gio	ven	sab
	*5.43	6.10	7.33	6.10	7.33	6.10	*5.43
	8.55	10.08	12.33	10.08	12.33	10.08	6.33
	13.28	14.44	17.05	14.44	17.05	14.44	11.05
	20.38	18.55	22.08	18.55	22.08	18.55	23.30
	6.55	12.51	6.50	12.51	6.50	12.51	6.55
	11.30	14.33	22.38	14.33	22.38	14.33	11.30
							17.35
	9.03	11.29	9.03	11.29	9.03	11.29	9.03
	14.59	18.57	16.50	18.57	16.50	18.57	14.59
		22.50		22.50		22.50	

■ billboard

\* bollettino del mare

Rai radio 1

Rai radio 2

Rai radio 3

## Meteoradio B

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 5.45 alle 23.15

**tipologia intervento** 12 billboard (5" indicativi) in apertura e 48 inviti all'ascolto da 10" in apertura

**investimento lordo** € 43.200,00 per una settimana

	dom	lun	mar	mer	gio	ven	sab
	7.10	7.33	6.10	7.33	6.10	7.33	7.54
	15.56	12.33	10.08	12.33	10.08	12.33	9.33
	18.05	17.05	14.44	17.05	14.44	17.05	13.58
	23.05	22.08	18.55	22.08	18.55	22.57	20.08
	12.54	6.50	12.51	6.50	12.51	6.50	12.55
	17.35	22.38	14.33	22.38	14.33	22.38	22.35
	22.35						
	10.50	9.03	11.29	9.03	11.29	9.03	10.50
	18.57	16.50	18.57	16.50	18.57	16.50	16.50
			22.50		22.50		18.57

■ billboard

Rai radio 1

Rai radio 2

Rai radio 3

## Ondaverde A/B

**240 appuntamenti a settimana** sul traffico e sulla viabilità, garantiscono aggiornamenti costanti e capillari sulla percorribilità della nostra rete stradale ed autostradale.

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 6.20 alle 23.40

**tipologia intervento** inviti all'ascolto 15" in apertura

**investimento lordo** € 126.000,00 a settimana per modulo

passaggi settimanali a modulo 120 **Radio1** - 54 passaggi **Radio2** - 46 passaggi **Radio3** - 20 passaggi

## Segnale Orario A

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 6.00 alle 23.45

**tipologia intervento** 16 billboard (5" indicativi) in chiusura e 144 inviti all'ascolto da 5" in chiusura

**investimento lordo** € 80.000,00 per una settimana

	dom	lun	mar	mer	gio	ven	sab
<b>Rai radio 1</b>	7.00	6.00	6.30	6.00	6.30	6.00	6.00
	9.00	8.00	7.00	8.00	7.00	8.00	7.00
	11.00	10.00	9.00	10.00	9.00	10.00	9.00
	14.30	10.30	11.00	10.30	11.00	10.30	10.00
	17.00	12.00	11.30	12.00	11.30	12.00	11.00
	18.00	13.30	13.00	13.30	13.00	13.30	13.00
	19.00	14.00	15.00	14.00	15.00	14.00	14.50
	23.00	16.00	15.30	16.00	15.30	16.00	17.00
		16.30	17.00	16.30	17.00	16.30	23.00
		18.00	18.30	18.00	18.30	18.00	
		21.00	19.00	21.00	19.00	21.00	
		23.00	22.00	23.00	22.00	23.00	
		23.40		23.40			
<b>Rai radio 2</b>	6.30	7.30	6.00	7.30	6.00	7.30	6.00
	8.30	10.30	6.30	10.30	6.30	10.30	6.30
	12.30	13.30	8.30	13.30	8.30	13.30	7.30
	14.45	15.30	12.30	15.30	12.30	15.30	14.00
	17.00	16.30	17.30	16.30	17.30	16.30	16.00
	22.30	18.00	19.30	18.00	19.30	18.00	18.00
		22.30	20.30	22.30	20.30	22.30	19.30
<b>Rai radio 3</b>	6.00	6.45	6.00	6.45	6.00	6.45	6.00
	7.15	8.45	7.15	8.45	7.15	8.45	7.15
	10.45	10.45	10.00	10.45	10.00	10.45	10.45
	16.45	13.45	18.45	13.45	18.45	13.45	16.45
		16.45	22.45	16.45	22.45	16.45	

■ billboard



## Segnale Orario B

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 6.00 alle 23.45

**tipologia intervento** 16 billboard (5" indicativi) in chiusura  
e 144 inviti all'ascolto da 5" in chiusura

**investimento lordo** € 80.000,00 per una settimana



dom	lun	mar	mer	gio	ven	sab
6.00	6.30	6.00	6.30	6.00	6.30	8.00
7.30	7.00	8.00	7.00	8.00	7.00	9.30
8.00	9.00	10.00	9.00	10.00	9.00	10.30
10.30	11.00	10.30	11.00	10.30	11.00	11.30
11.30	11.30	12.00	11.30	12.00	11.30	12.00
14.50	13.00	13.30	13.00	13.30	13.00	14.30
20.40	15.00	14.00	15.00	14.00	15.00	17.55
23.30	15.30	16.00	15.30	16.00	15.30	20.00
	17.00	16.30	17.00	16.30	17.00	20.40
	18.30	18.00	18.30	18.00	18.30	
	19.00	21.00	19.00	21.00	19.00	
	22.00	23.00	22.00	23.00		
		23.40		23.40		



6.00	6.00	7.30	6.00	7.30	6.00	8.30
7.30	6.30	10.30	6.30	10.30	6.30	10.30
10.30	8.30	13.30	8.30	13.30	8.30	12.30
13.30	12.30	15.30	12.30	15.30	12.30	13.30
14.00	17.30	16.30	17.30	16.30	17.30	15.30
17.30	19.30	18.00	19.30	18.00	19.30	17.30
19.30	20.30	22.30	20.30	22.30	20.30	22.30



6.45	6.00	6.45	6.00	6.45	6.00	6.45
8.45	7.15	8.45	7.15	8.45	7.15	8.45
13.45	10.00	10.45	10.00	10.45	10.00	13.45
18.45	18.45	13.45	18.45	13.45	18.45	18.45
	22.45	16.45	22.45	16.45	22.45	

■ billboard



# Listino Adpoint Moduli Settimanali

primavera 2013

dal 31 marzo al 29 giugno

### Modulo Intrattenimento A

<b>programmazione</b>	dalla domenica al sabato, dalle 6.30 alle 19.30
<b>tipologia intervento</b>	Adpoint: 75 comunicati da 10" in apertura, in chiusura e all'interno dei programmi
<b>investimento lordo</b>	€ 57.000,00 per una settimana

#### programmazione standard



		orario
domenica	Il Viaggiatore	9.05
	Area di servizio	10.10
da lunedì a venerdì	Prima di tutto	6.55
	Questione di Borsa	10.10
	Attenti a Pupo (mer. e ven.)	13.35
	Attenti a Pupo (mar.-ven.)	14.00
	Gr1 Ragazzi (lun.)	14.00
	Il Comunicativo	14.55
	Baobab	15.35/16.30/16.40
Citofonare Cuccarini	17.55	
sabato	Voci dal mondo	6.30
	Sportlandia	7.35
	Inviato Speciale	8.55
	La Terra	11.05



domenica	Tiffany	7.25
	Ottovolante	9.35
	Radio2 Social Club	11.25/12.25
	Nessuno è perfetto	17.05
	Radio2 Days	19.25
da lunedì a venerdì	Caterpillar a.m.	6.45
	Il Ruggito del Coniglio	9.25
	Caterpillar	18.35
sabato	Tiffany	7.25
	Ottovolante	9.35
	Radio2 Social Club	11.25/12.25
	Meno male che c'è Radio2	16.30
	Radio2 Days	19.25



## Modulo Intrattenimento B

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 6.30 alle 19.15

**tipologia intervento** Adpoint: 75 comunicati da 10" in apertura, in chiusura e all'interno dei programmi

**investimento lordo** € 57.000,00 per una settimana

### programmazione standard

		orario
domenica	Il Viaggiatore	8.50
	Tra cielo e terra	10.35
da lunedì a venerdì	Prima di tutto	8.35
	Start	10.55
	La Radio ne parla (lun.-gio.)	12.35
	L'Italia che va (ven.)	12.35
	Attenti a Pupo (mar. e gio.)	13.35
	Con Parole Mie	14.40
	Baobab	15.55/17.05
sabato	Sportlandia	7.55
	Inviato Speciale	9.05
	Eta Beta	10.15
	A tu per tu	11.35
domenica	Black out	8.15
	610 weekend	10.25
	Radio2 Social Club	11.35
	Per favore parlate al conducente	12.55
	Nessuno è perfetto	17.25
	Radio2 Days	19.00
da lunedì a venerdì	Caterpillar A.M.	6.50
	Il Ruggito del Coniglio	9.05
	Brave ragazze	10.25
	Un giorno da pecora (dal 3/6 Il lungo e il largo)	14.40
	Caterpillar	19.05
sabato	Radio2 SuperMax the best	8.15
	610 weekend	10.25
	Radio2 Social Club	11.30
	Popcorner	14.00
	Meno male che c'è Radio2	16.00
	Radio2 Days	19.00

### Modulo Intrattenimento C

<b>programmazione</b>	dalla domenica al sabato, dalle 8.15 alle 24.00
<b>tipologia intervento</b>	Adpoint: 68 comunicati da 15" in apertura, in chiusura e all'interno dei programmi
<b>investimento lordo</b>	€ 71.400,00 per una settimana

#### programmazione standard

		orario
domenica	Il Viaggiatore	8.35
	Area di servizio	10.30
da lunedì a venerdì	Radio Anch'io (dal mar. al ven.)	9.30
	Radio Anch'io Sport (lun.)	9.30
	Start	11.05
	La Radio ne parla (dal lun. al gio.)	12.55
	L'Italia che va (ven.)	12.55
	Baobab	15.25/16.55
	Citofonare Cuccarini	17.35
sabato	Inviato Speciale	8.35
	In Europa	9.35/10.05
	La terra	10.40
domenica	Black out	8.25
	Radio2 Social Club	11.00/11.55
	Circo Massimo (fino al 19/5)	14.45
	Yes weekend (dal 26/5)	14.45
	Nessuno è perfetto	17.40
	Radio2 Days	18.00
da lunedì a venerdì	Caterpillar a.m.	7.00
	Radio2 SuperMax	11.25
	Decanter	20.35
sabato	Radio2 SuperMax the best	8.40
	Radio2 Social Club	11.00/11.55
	Pop corner	14.55/15.40
	Radio2 Days	18.00
da lunedì a venerdì	Tutta la città ne parla	10.00



## Modulo Music Time

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 11.45 alle 24.00

**tipologia intervento** Adpoint: 60 comunicati da 15" in apertura, in chiusura e all'interno dei programmi

**investimento lordo** € 40.500,00 per una settimana

### programmazione standard



		orario
da lunedì a venerdì	Il Comunicativo	14.45
	Invito personale (ven)	21.10/21.55
	Demo	23.10/23.25
domenica	Musical Box	21.00/22.25
	Babylon	22.40
da lunedì a venerdì	Radio2 SuperMax	11.55
	Per favore parlate al conducente	16.35/16.55
	Moby Dick (dal lun. al gio.)	21.00/22.30
	Radio2 Live (ven.)	21.00/22.30
	Rai Tunes	22.40/23.55
sabato	Nessuno è perfetto	17.00/17.25
	Musical Box	21.00/22.25
	Babylon	23.00



### Modulo Cultura

**programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 7.00 alle 20.30

**tipologia intervento** Adpoint: 78 comunicati da 10" in apertura, in chiusura e all'interno dei programmi

**investimento lordo** € 46.800,00 per una settimana

#### programmazione standard

		orario
domenica	Tra cielo e terra	11.10/11.40
da lunedì a venerdì	Radio anch'io (dal mar. al ven.)	9.35
	Start	11.30
	Baobab	15.05/16.05/17.30
	Zapping	20.20
sabato	Inviato speciale	9.30
	A tu per tu	11.55

da lunedì a venerdì	Caterpillar	19.25
---------------------	-------------	-------

domenica	Prima Pagina	7.15
	A3, il formato dell'arte	11.20/11.50
da lunedì a venerdì	Prima Pagina	7.15
	Primo Movimento	9.30
	Radio3 Mondo	11.00
	Fahrenheit	16.45/16.55
	Ad Alta Voce	17.00
	Sei Gradi	18.00
sabato	Prima Pagina	7.15
	Momus	11.20





### Modulo Tre

- programmazione** dalla domenica al sabato, dalle 10.00 alle 20.30
- tipologia intervento** Adpoint: 53 comunicati da 15" in apertura, in chiusura e all'interno dei programmi
- investimento lordo** € 23.850,00 per una settimana

#### programmazione standard

		orario
domenica	Le musiche della Vita	14.00/14.50
	Hollywood Party	19.00/20.10
da lunedì a venerdì	Tutta la città ne parla	10.45
	Radio3 Mondo	11.25
	La Barcaccia	13.00/13.45
	Alza il volume	14.30/14.55
	Fahrenheit	15.00
	Hollywood Party	19.00
	Radio3 Suite	20.00
sabato	File Urbani	10.15/10.45
	Piazza Verdi	16.45/18.00

## Modalità

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".

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 Sipra soltanto con l'assegnazione a mezzo corrispondenza commerciale.

Nel caso di una "formula mista", per motivi di carattere amministrativo, l'intero corrispettivo sarà fatturato come radiopromozione. I prezzi indicati sul presente listino s'intendono al netto di tasse e imposte se dovute.

## Materiale

Il materiale pubblicitario occorrente per la trasmissione delle sponsorizzazioni e delle radiopromozioni in onda sulle reti Rai può essere costituito da cd audio o file WAV (formato non compresso) che devono essere consegnati alla Sipra spa - via degli Scialoja n. 23, 00196 Roma - Ufficio Realizzazione Iniziative Speciali Radio - Tel. 06/361751 - entro il 15° giorno precedente la trasmissione.

La consegna del materiale deve essere preceduta, per l'approvazione, dall'invio dei testi all'Ufficio Realizzazione Iniziative Speciali Radio della Sipra, che fornisce agli utenti ogni informazione tecnica ed esecutiva. Tali sceneggiature devono pervenire entro il 20° giorno precedente l'inizio della trasmissione.

La scrupolosa osservanza delle disposizioni è necessaria per assicurare l'efficace attuazione del servizio. Ci si raccomanda il massimo rispetto delle durate contrattualmente previste.

La mancata diffusione dei messaggi dovuta al ritardo nella consegna dei materiali, ovvero al mancato rispetto da parte del Committente delle disposizioni summenzionate o l'innosservanza delle eventuali prescrizioni impartite comporterà, comunque, la fatturazione dei relativi spazi prenotati.

## 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 successi-

ve 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 Pubblicitaria. 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 pubblicizzazione 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.

## 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 Sipra verrà proporzionalmente diminuito, senza che Sipra 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.

Sipra si impegna ad operare per far sì che vengano rispettate le modalità di svolgimento delle sponsorizzazioni e delle radiopromozioni concordate. Qualora ciò non si verifici, Sipra 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 Sipra non costituisce impegno a contrattare.



## 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 della Sipra 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 Sipra 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 Sipra.

## Reclami

La diffusione della sponsorizzazione e/o radiopromozione si considera effettuata con la semplice irradiazione della stessa da parte della RAI 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 alla Sipra, Direzione Marketing, Marketing Editoriale e Pubblicitario Radio, C.so Bernardino Telesio 25, 10146 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 radiofonici trasmessi dalle reti Rai viene effettuata ininterrottamente dai Servizi Tecnico Commerciali di Sipra. Tale materiale, disponibile presso la Sipra di Torino, è a disposizione del Committente per attestare sia la qualità che l'avvenuta trasmissione.

## Pagamenti

I pagamenti dovranno essere effettuati entro 45 giorni dalla data di emissione delle singole fatture. Sipra si riserva, comunque, la facoltà di esigere il pagamento anticipato dell'intero ordine, ovvero di richiedere idonee garanzie.

In caso di ritardo nel pagamento Sipra 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 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.

## Responsabilità 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 tenere sollevati ed indenni la Sipra e la Rai per ogni e qualsiasi reclamo, pretesa o richiesta connessa o conseguente alla realizzazione dell'intervento pubblicitario.

Il Committente si impegna, inoltre, ad osservare le norme previste dal Codice di Auto-disciplina Pubblicitaria e dichiara di accettare la competenza del Comitato di accertamento e del Giurì, impegnandosi a conformarsi in via definitiva alle decisioni di questi organi anche in ordine all'eventuale pubblicazione delle decisioni stesse.

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.

## Norme per il calcolo del costo a tempo delle Iniziative Speciali

In caso di richieste di secondaggi diversi da quelli pubblicati a listino si applicheranno le seguenti regole per la determinazione della relativa tariffa:

<b>Radiopromozioni</b>	– riparametrazione al costo per secondo con tolleranza di $\pm 2$ secondi
<b>Inviti all'ascolto</b>	– riparametrazione al costo per secondo per secondaggi superiori a quelli pubblicati – tariffa invariata per secondaggi inferiori
<b>Billboard</b>	– tariffa invariata
<b>Ad Point</b>	– riparametrazione al costo per secondo

Per riparametrazione al costo per secondo si intende attribuire a ciascun secondo della durata richiesta il valore dell'investimento pubblicato diviso la durata prevista a listino.



#### **Direzione Commerciale Vendite**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573234 - Fax 02 34573478

#### **Direzione Vendite Tv, Cinema e WebNord**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573347/272 - Fax 02 34573358

##### **Area Piemonte - Liguria**

Corso Bernardino Telesio, 25 - 10146 Torino  
Tel. 011 7441571 - Fax 011 7441588

##### **Area Lombardia**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573443 - Fax 02 34573318

##### **Area Triveneto**

Via Antonio da Mestre, 19 - 30174 Venezia Mestre  
Tel. 041 2385804/802 - Fax 041 2385825  
Corso Porta Borsari, 13/a - 37121 Verona  
Tel. 045 8036860 - Fax 045 8036869

#### **Direzione Vendite Tv, Cinema e WebCentro e Sud**

Via degli Scialoja, 23 - 00196 Roma  
Tel. 06 36175319 - Fax 06 36175293

##### **Area Centro**

Viale della Fiera, 13 - 40127 Bologna  
Tel. 051 6339649 - Fax 051 6339680  
Largo Alcide De Gasperi, 1 - 50136 Firenze  
Tel. 055 672402 - Fax 055 678228

##### **Area Centro - Sud**

Via degli Scialoja, 23 - 00196 Roma  
Tel. 06 36175306 - Fax 06 36175304  
Via Orazio, 22 - 80122 Napoli  
Tel. 081 5980663 - Fax 081 5980648

#### **Direzione Vendite Progetti Speciali**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573442 - Fax 02 34573434

#### **Direzione Vendite Radio**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573328/346 - Fax 02 34573296

#### **Direzione Vendite New Business ed Estero**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573387 - Fax 02 34573378

#### **Direzione Centri Media e Web**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573443 - Fax 02 34573314

##### **Rete Vendite Web**

Corso Sempione, 73 - 20149 Milano  
Tel. 02 34573443 - Fax 02 34573314

#### **Sito Internet**

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