

**Accordo Nazionale
sulla vendita dei giornali
quotidiani e periodici**

1985

L'anno 1985, il giorno 8 del mese di ottobre in Roma

tra

la Federazione Italiana Editori Giornali (F.I.E.G.) rappresentata dal Presidente Dr. Giovanni Giovannini con l'intervento della Delegazione Editoriale presieduta dal Dr. Carlo Lombardi e composta dai Signori: Carlo Benedetto, Ermanno Cozzolino, Roberto Crespi, Roberto Dalla Vecchia, Eugenio De Luca, Domenico Dordoni, Mario Farina, Alessandro Focolari, Tarcisio Galli, Sergio Guerri, Bruno Lietti, Ottavio Maja, Vincenzo Manenti, Enrico Manetti, Mario Mangano, Giovanni Marchisio, Emilio Melli, Rodolfo Meoli, Carlo Patuzzi, Gian Piero Raciti, Beniamino Riggi, Giancarlo Turrini, Nicola Vernola, assistiti da: dr. Sebastiano Sortino e dr. Fulvio Flaùto;

la Federazione Sindacale Unitaria Giornalai CGIL-CISL-UIL rappresentata:

— per il S.I.N.A.G.I.-C.G.I.L. dal Segretario Generale Vasco Mati, dal Segretario Generale Aggiunto

Giuseppe Lo Cascio, dai Segretari Nazionali Amerigo Blasi, Giovanni Brancaccio, Giuseppe Costa, Italo Fabbian, Ippolito Gugliotta, Giovanni Martelli e dai Consiglieri Nazionali: Nella Alberesi, Valerio Balbi, Francesco Baldinotti, Enzo Bardi, Annamaria Bianco, Michele Bonerba, Ettore Brunetti, Tommaso Cardona, Miranda Celentano, Giacomo Cerruti, Paolo Cherici, Vincenzo Chiusolo, Anna Maria De Cesaris, Bruno di Salvatore, Orlando Ferroni, Primo Fogliani, Michelangelo Folin, Gino Galli, Saverio Labate, Giulio Lauro, Antonio Linesso, Pierangelo Lorenzi, Rino Mannelli, Luigi Manzo, Franco Mariotti, Vincenzo Mercurio, Francesco Mignacca, Oscar Nalesso, Giovanni Peracchi, Mario Periatti, Luigi Pregnolato, Benito Senes, Gianfranco Silenzi, Claudio Staiano, Roberto Vaccari, Domenico Valente, Aramis Veller, Maurizio Venti;

per la F.I.S.-C.I.S.L. Giornalai dal Segretario Generale Mario Costantini, dai Segretari Nazionali Massimo Cenci, Pietro Falqui, Michele Fasano, Mario Iommi, Michele Palladino, Antonio Pozzi e dai Consiglieri Nazionali: Alfredo Avella, Guglielmo Costantini, Giovanni Diaz, Francesco Ferrara, Ezio Mastracchio, Galliano Morpurgo, Luciano

Paccagnella, Ivano Papa, Aldo Romeo, Domenico Rosito, Gennaro Valletta;

— per il S.A.G.I.-U.I.L.T.u.C.S. dai Segretari Nazionali Ennio Gagliardi, Ubaldo Albano, Giuseppe Buarnè, Carlo Corsi, Antonio Cosenza, Giulio Parisi, Sergio Tolomelli e dai Consiglieri Nazionali: Carmelo Aricò, Maria Barella, Giorgio Ciofani, Giovanni Cosenza, Romano Lucherini, Vittorio Pennella, Giovanni Piras, Francesco Sansoni, Gino Ventura.

il Sindacato Nazionale Autonomo Giornalai S.N.A.G.
▪ Confcommercio rappresentato dal Presidente Nazionale Angelo Azzimonti, dai Vice Presidenti Nazionali Armando Abbiati, Armando Ferreri, Giuseppe Fiori, Antonio Manni e dai Consiglieri Nazionali: Armando Bechis, Sergio Benzi, Giampiero Binda, Macario Boccardi, Luigi Bolla, Ezio Bordelot, Emilio Borghi, Giorgio Buraschi, Marcello Caputo, Augusto Casadio, Giorgio Casale, Antonio Costanzo, Luigi Cristanelli, Enrico Danieli, Edmondo De Angeli, Paola Desseni, Giovanni Gorrea, Roberto Innocenti, Carlo Leopardo, Franco Lietti, Virgilio Luvisotti, Rinaldo Magri, Gianfranco Morri, Tullio Mura, Luigi Olmeda, Manlio Pallanti, Giuseppe Ripamonti, Giuseppe Tagliabue, Lucio Toffetti, Ruggero Tombrizzi;

è stipulato il presente accordo che regola il rapporto tra gli editori associati alla F.I.E.G. ed i rivenditori di quotidiani e periodici rappresentati dalle organizzazioni firmatarie dell'intesa. L'accordo sancisce — per gli impegni reciprocamente assunti — la responsabilità dei rivenditori nei confronti degli editori; allo stesso tempo rende responsabili gli editori nei confronti dei titolari delle rivendite.

ART. 1

I titolari delle concessioni per la vendita di giornali quotidiani e periodici e gli editori associati alla F.I.E.G. in piena e coerente applicazione delle norme contenute nel presente accordo — si impegnano a promuovere tutte le iniziative finalizzate all'ottimale funzionamento della rete gestita dai rivenditori rappresentati dalle organizzazioni firmatarie del presente accordo, tale da consentire il più ampio sviluppo della diffusione e delle vendite, in armonia con i contenuti e gli obiettivi della Legge 416/1981.

Le organizzazioni firmatarie, per realizzare tale obiettivo, ritengono indispensabili attivarsi, nell'ambito delle specifiche competenze ed anche operando di concerto, affinché gli Enti locali operino con misure urgenti ed adeguate in direzione dell'ampliamento e della ristrutturazione della rete stessa.

La vendita ambulante, lo strillonaggio, nonché altre possibili forme di vendita a carattere integrativo e pro-

mozionale non si intendono regolate dalla presente intesa. Le parti sottolineano la necessità che tali iniziative siano rivolte a sviluppare il mercato globale della stampa, e che si indirizzino principalmente al pubblico dei nuovi lettori.

ART. 2

Funzionalità della rete

Le parti convengono sulla esigenza di rafforzare e migliorare il ruolo esercitato dalle rivendite di giornali in posto fisso, in quanto costituiscono, con le loro particolari caratteristiche di funzionamento e di offerta al pubblico, struttura portante per la diffusione delle pubblicazioni. A tale scopo si impegnano ad adottare criteri di agibilità della rete e linee di comportamento che corrispondano compiutamente alle esigenze del pubblico dei lettori.

Le pubblicazioni devono, pertanto, essere poste in vendita subito dopo il loro ricevimento con tempestività ed impegno professionale tali da favorire lo sviluppo della loro diffusione e la vendita stessa deve avvenire tutti i giorni — con un orario di apertura adeguato

to alle esigenze del mercato — tranne che nelle seguenti ricorrenze:

- 1° gennaio, lunedì di Pasqua, 16 agosto, 25 e 26 dicembre (chiusura totale);
- il pomeriggio di tutte le domeniche, non prima delle ore 13, del 25 aprile, del 1° maggio, del 15 agosto, del 1° novembre, dell'8 dicembre e il mattino del 2 maggio con apertura entro le ore 12.00.

Nota a verbale

Per quanto riguarda, in particolare, gli orari di apertura delle rivendite:

- gli editori ribadiscono l'esigenza che tali orari prevedano un funzionamento del posto-vendita, senza interruzioni, in un arco giornaliero non inferiore alle 14 ore;
- i rappresentanti dei rivenditori di giornali dichiarano la disponibilità ad applicare un orario non inferiore alle 12 ore giornaliere.

ART. 3

Commissione sulla funzionalità della rete

Allo scopo di garantire e realizzare la più ampia agibilità della rete e di verificarne periodicamente la rispondenza alla luce delle esigenze espresse dalle parti, è costituita una Commissione incaricata di definire i problemi connessi alla sua funzionalità. A tale Commissione partecipano pariteticamente le parti interessate.

Alla Commissione è affidato prioritariamente il compito di indicare metodi e criteri per realizzare e garantire, nella misura più estesa possibile, la funzionalità della rete di vendita in tutti i giorni, salvo quanto previsto all'art. 2.

La Commissione è incaricata in primo luogo, di compiere una attenta verifica del suo attuale stato di agibilità e procedere a periodici riscontri in merito. Sulla base delle valutazioni che scaturiranno da tale verifica, la Commissione ha il compito di coordinare la fruizione dei riposi facoltativi nei limiti appresso indicati:

— le chiusure domenicali potranno essere esercitate con cadenza quattordicinale e fino ad un massimo

del 50% delle rivendite, salvaguardando le esigenze di vendita nelle singole zone;

— le chiusure nel periodo estivo — da fruire prioritariamente nel mese di agosto ed entro la fine dello stesso mese — potranno essere esercitate fino ad un massimo di 15 giorni consecutivi, sempre fino al limite del 50% delle rivendite esistenti nei vari Comuni, con i criteri di cui sopra.

La Commissione — entro il 31 ottobre di ogni anno — fisserà le date di svolgimento delle chiusure estive riferite all'anno successivo, nonché la data per la presentazione delle richieste, che dovranno pervenire, in forma congiunta, entro il 28 febbraio. Non saranno prese in considerazione richieste che perverranno dopo tale data.

L'inizio dei turni di chiusura — valido per tutto il territorio nazionale — potrà essere anticipato all'ultima settimana di luglio.

Non sono consentite altre eccezioni che non siano giustificate da chiusure di complessi industriali o da altri avvenimenti che incidano in modo determinante sulle vendite nelle singole località. Il quadro di tali eccezioni sarà valutato e definito entro il 31 dicembre.

La Commissione fisserà anche le date di fruizione delle chiusure per le località di interesse turistico e di villeggiatura che non possono fruirne nel periodo estivo.

Durante il periodo coincidente con le chiusure estive è sospeso l'esercizio facoltativo delle chiusure domenicali.

In tutti i casi di chiusure temporanee e ricorrenti, sempre nei limiti sopra indicati, la Commissione è incaricata di definire soluzioni dirette a realizzare forme di vendita sostitutiva a cura dei giornalisti.

Nel caso di impossibilità ad operare in tal senso, gli editori valuteranno come procedere autonomamente alla creazione del punto sostitutivo di vendita. In sede di Commissione le parti potranno concordemente rinunciare al punto sostitutivo, qualora non se ne ravvisi la necessità.

La Commissione ha sede presso gli uffici della F.I.E.G.

ART. 4

Distribuzione delle pubblicazioni

Le parti si impegnano a realizzare modelli razionali e rispondenti per la distribuzione di quotidiani e periodici come condizione basilare per migliorare agibilità e funzionamento della rete di vendita.

Allo scopo di individuare soluzioni adeguate in tal senso, le organizzazioni firmatarie attiveranno confronti sistematici che — nel rispetto delle prerogative proprie di ogni singola azienda — si proponano di valutare oggettivamente le proposte che rivenditori o le organizzazioni firmatarie riterranno di formulare. I criteri suggeriti e le soluzioni prospettate debbono, in ogni caso, essere unicamente finalizzati alla funzionalità dei servizi e alla economicità della loro gestione.

Le organizzazioni firmatarie del presente accordo, al fine di stabilire un più organico raccordo tra le fasi della distribuzione e della vendita, ritengono opportuno favorire — negli orientamenti e nella pratica — la formulazione di «piani di vendita» riferiti anche ad aree e a realtà specifiche.

Di conseguenza, esse si impegnano a promuovere forme di consultazione che consentano alle organizza-

zioni dei rivenditori e ai singoli giornalisti di esprimere pareri e formulare richieste che — sulla base di documentate rilevazioni — si propongano di armonizzare i programmi elaborati dalle singole imprese con la potenzialità effettiva del mercato.

Allo scopo di tendere ad una maggiore uniformità nella determinazione delle caratteristiche e delle attribuzioni dei costi di servizio, nella definizione delle modalità di pagamento e delle condizioni di sconto praticate per i vari tipi di pubblicazioni, le parti convengono di operare per accelerare i tempi di realizzazione graduale di «aree di distribuzione» alle quali siano riconducibili tutte le situazioni nelle quali l'editore si avvale di un servizio di distribuzione.

Iniziative e sperimentazioni al riguardo saranno avviate subito dopo la firma del presente accordo.

Le parti convengono altresì nel ritenere che il recapito alla rivendita delle pubblicazioni e il ritiro resa a cura del distributore — con le modalità di cui all'art. 10 — rappresenti in linea di massima — con particolare riferimento alle previste «aree di distribuzione» — la soluzione tecnicamente più rispondente alle esigenze della rete di vendita e della diffusione.

ART. 5

Impegni degli editori

Gli editori aderenti alla F.I.E.G. si impegnano:

- ad armonizzare ed adeguare costantemente il flusso delle forniture alle reali esigenze del mercato, predisponendo piani distributivi ed utilizzando le strutture ritenute più rispondenti;
- a fornire ai rivenditori il numero di copie necessario a soddisfare le esigenze diffusionali dei singoli punti di vendita, senza con ciò trascurare l'esigenza di contenere i costi e la resa in limiti compatibili con le scelte compiute dalle singole aziende. Ad effettuare, di norma, le forniture dei periodici in forma assemblata;
- ad estendere gradualmente — comunque entro un anno dalla firma dell'accordo — alle realtà dove ancora non è operante la redazione — da parte dei distributori — della «bolla di consegna» e dello schema analitico di «distinta resa» delle pubblicazioni;

- ad intervenire tempestivamente presso i distributori in caso di forniture che risultassero inadeguate (per difetto o per eccesso) e, comunque ad adoperarsi per il funzionamento del servizio sulla base dei criteri esposti all'art. 4;
- ad operare affinché il quotidiano sia distribuito nei tempi ottimali per la vendita e, comunque, contemporaneamente ai rivenditori dislocati nella stessa zona di diffusione.
Criteri analoghi debbono essere adottati (anche attraverso un calendario di massima delle uscite) nella distribuzione dei periodici, con il fermo proposito di uniformare i tempi di fornitura nella stessa zona di diffusione.
Gli stessi criteri devono essere adottati per i punti di vendita operanti in particolari strutture (FF.SS., metropolitane, porti, aeroporti e autostrade);
- a informare in tempo utile le organizzazioni dei rivenditori nel caso di eventuali sospensioni nella fornitura delle pubblicazioni, motivandone le ragioni;
- a facilitare le iniziative promosse dai rivenditori per migliorare qualità, ubicazione ed ampiezza del punto vendita.

ART. 6

Impegni dei rivenditori

I rivenditori si impegnano:

- a prelevare e a ricevere, per la messa in vendita, tutte le pubblicazioni quotidiane e periodiche fornite dagli editori associati alla F.I.E.G. (che saranno contrassegnate da apposito marchio e il cui elenco aggiornato sarà inviato alle organizzazioni dei rivenditori) o dai loro distributori con la tempestività, la continuità e l'impegno professionale adeguati per favorire lo sviluppo della loro diffusione, garantendo a ciascuna delle pubblicazioni parità di trattamento. Ogni altra forma di rifornimento deve, pertanto, ritenersi abusiva;
- a compilare puntualmente e correttamente la distinta analitica di resa consegnata dagli editori o dai loro distributori per le varie pubblicazioni e a fornire i dati di giacenza allo scopo di ottimizzare i piani di distribuzione per i singoli punti di vendita;
- a pagare le pubblicazioni, nei termini e con le modalità di cui ai punti successivi, scomputando l'equivalente delle copie invendute e documentate come «resa».

Contestualmente alla adozione delle bolla di consegna e della distinta resa e come conseguenza degli altri impegni reciprocamente assunti tesi ad armonizzare le forniture alle esigenze del punto vendita, deve intendersi abolita ogni forma di cosiddetta «resa libera» delle pubblicazioni edite dalle Aziende associate alla F.I.E.G.;

- a garantire il massimo della pubblicità al prodotto sia attraverso l'esposizione dei giornali che delle locandine;
- a riservare agli editori, gli spazi sovrastanti l'edicola per la utilizzazione dei quali la F.I.E.G. si impegna a sensibilizzare i propri associati e, in ogni caso, a formulare proposte alle organizzazioni dei rivenditori nei tempi più brevi possibili, comunque non oltre 12 mesi dalla firma del presente accordo;
- ad avviare iniziative — anche con il concorso degli editori — per migliorare qualità, ubicazione ed ampiezza del punto vendita;
- a non dare in lettura a nessun titolo e per nessun motivo le pubblicazioni poste in vendita.

ART. 7

Pubblicazioni a dispense

Per le pubblicazioni a dispense, tenuto conto delle loro caratteristiche specifiche e della loro destinazione ad essere assemblate in volume, gli editori si impegnano:

- a limitare la campagna di abbonamenti all'opera fino all'uscita del 12° numero delle pubblicazioni;
- ad effettuare la vendita dell'intera opera pubblicata a dispense attraverso i rivenditori autorizzati;
- ad istituire, attraverso i distributori locali, un servizio informativo, soprattutto nel periodo di lancio di ogni opera, che permetta di ottenere elementi utili per la fissazione delle tirature e per la formulazione dei piani di distribuzione secondo il reale fabbisogno del mercato e le caratteristiche della vendita;
- in occasione del lancio dell'iniziativa, a consentire una giacenza nelle rivendite dei primi quattro numeri e a ridurre successivamente a due numeri tale giacenza;

- a garantire presso i distributori una dotazione di copie arretrate fino al 12° numero antecedente a quello in vendita per favorire un tempestivo rifornimento all'edicola; tali copie saranno cedute al presso di copertina senza sovrapprezzo;

- a facilitare in modo adeguato i rivenditori nel reperimento di numeri arretrati presso il distributore abituale. Nel caso in cui il distributore non fosse in grado di soddisfare la richiesta, l'editore provvederà ad evadere la richiesta dei rivenditori.
Gli arretrati saranno ceduti in conto assoluto, purchè ogni richiesta venga soddisfatta integralmente;

- a cedere ai rivenditori le copertine per la rilegatura dell'opera ed eventuali accessori, allo stesso sconto fissato per la relativa pubblicazione. La resa delle copertine eccedenti dovrà essere effettuata all'uscita del nuovo numero; qualora tali copertine non fossero differenziate per numero dovranno essere poste in vendita alle corrette cadenze e in modo proporzionale alla vendita nel corso dell'opera;

- a non ritirare in blocco le dispense singole sostituendole con l'opera, anche parzialmente rilegata in volume.

A loro volta i rivenditori si impegnano:

- a porre in vendita le dispense subito dopo il loro ricevimento;
- a fornire all'editore, o al suo distributore, i dati di vendita richiesti o relativi ai vari numeri delle dispense al fine di ottimizzare il servizio;
- ad effettuare la resa delle dispense nei tempi previsti, utilizzando le apposite bolle di resa predisposte dall'editore o dal distributore;
- a conservare le pubblicazioni e le copertine che saranno restituite in resa con la cura dovuta, considerata la possibilità di riutilizzare detto materiale.

ART. 8

Affissione delle locandine e propaganda promozionale

Al fine di richiamare l'attenzione del lettore sul prodotto, gli editori associati alla F.I.E.G. potranno avvalersi di esposizione di locandine sul punto di vendita. I rivenditori di giornali dovranno provvedere alla corretta e proporzionale esposizione del materiale ricevuto.

In occasione del lancio di nuove pubblicazioni quotidiane e periodiche, i rivenditori dovranno riservare un maggior spazio espositivo, limitatamente ai primi due numeri, al materiale promozionale inviato dalle aziende interessate.

Questo criterio sarà applicato anche in occasione di rilanci programmati. Tali rilanci dovranno essere autorizzati dalla F.I.E.G. che darà opportune comunicazioni in merito alle organizzazioni nazionali dei rivenditori al fine di favorire l'informativa alla rete di vendita.

Le spese relative a tali comunicazioni sono a carico degli editori interessati.

ART. 9

Percentuali di sconto sulle pubblicazioni

Gli editori aderenti alla F.I.E.G. praticheranno ai rivenditori le seguenti percentuali di sconto per la vendita delle loro pubblicazioni:

- a) 20% per i quotidiani, per i settimanali, i quindicinali e i mensili;

- b) 25% — esclusivamente nelle piazze di distribuzione e nelle «aree di distribuzione» che si costituiranno — per le pubblicazioni con periodicità superiore al mese, per le pubblicazioni senza periodicità, per i numeri unici (escluso un supplemento annuale che abbia diretta attinenza con il periodico con caratteristiche indicate al punto a) e sia identificabile con la stessa testata), per le pubblicazioni che contengono sotto rilegatura più fascicoli arretrati, per le pubblicazioni a dispense e loro copertine e accessori; per i libri facenti parte di collane periodiche e per le collane monografiche qualora siano vendute anche da esercizi commerciali in possesso di licenza libraria:
- c) ai rivenditori che ricevono direttamente le pubblicazioni dagli editori e/o dai loro distributori nazionali sconto del 20% per ogni tipo di pubblicazione.

Nota a verbale

La Commissione Nazionale di cui all'art. 12 provvederà ad analizzare più dettagliatamente le diversificate caratteristiche del mercato delle pubblicazioni, allo scopo di facilitare la corretta identificazione ed applicazione delle percentuali di sconto pattuite.

Limitatamente alle piazze di distribuzione e alle «aree di distribuzione» che si costituiranno, gli editori aderenti alla F.I.E.G. praticheranno ai rivenditori i seguenti sovrasconti nelle occasioni sotto specificate:

— quotidiani editi il 27 dicembre, sovrasconto dell'8% ;

periodici settimanali e pubblicazioni a dispense editi nella settimana di Natale, sovrasconto del 6% ;

— periodici quindicinali editi nella seconda quindicina di dicembre e mensili editi nel mese di dicembre, o comunque per l'ultimo numero dell'anno, sovrasconto del 3%.

Gli editori comunicheranno alle organizzazioni dei rivenditori i numeri sui quali verranno applicati gli sconti di cui sopra.

Gli sconti predetti verranno concessi, oltre che nelle piazze di distribuzione e nelle «aree di distribuzione» che si costituiranno, a quei rivenditori che, pur esercitando la loro attività fuori piazza, si riforniscono sistematicamente e direttamente presso il distributore esistente nella piazza di distribuzione.

Le maggiorazioni di sconto sopra indicate saranno versate direttamente ai singoli rivenditori o, dietro delega singola, alle organizzazioni locali dei rivenditori aderenti alle strutture firmatarie del presente accordo. Le maggiorazioni di sconto saranno liquidate con l'estratto conto del mese di dicembre e non oltre il 28 febbraio dell'anno successivo.

I rivenditori — fatte salve condizioni precedentemente pattuite e operanti in sede locale o aziendale — si impegnano a non accettare maggiori compensi dagli editori.

Nota a verbale

Per quanto riguarda la percentuale di sconto riconosciuta ai rivenditori, la F.I.E.G. sottolinea la necessità di riesaminare l'intero problema (soprattutto in presenza di modificazioni che dovessero verificarsi in campo editoriale o a mutate situazioni di mercato) allo scopo di verificare la rispondenza delle condizioni pattuite.

Le organizzazioni sindacali dichiarano la loro indisponibilità a mettere in discussione il tradizionale sistema percentualistico di sconto in atto.

ART. 10

Servizio alle rivendite per le pubblicazioni

Per servizio alle rivendite nelle piazze di distribuzione e nelle «aree di distribuzione» che si costituiranno, si intende il recapito delle pubblicazioni al punto di vendita, il ritiro della resa a cura del distributore, la riscossione anche attraverso versamento su conto corrente. Il servizio può essere anche limitato a parte di tali prestazioni.

Per la determinazione e la attribuzione dei costi relativi al servizio le parti si impegnano a promuovere analisi dettagliate delle diverse realtà allo scopo di individuare forme ed entità di partecipazione dei rivenditori alla copertura delle spese relative al servizio ad essi prestato.

In particolare, e con riferimento più specifico alla lievitazione dei costi che dovessero registrarsi in futuro, si conviene di procedere, in ogni situazione, alla determinazione del costo del «servizio tecnico minimale» per i vari tipi di pubblicazioni alla copertura del quale dovranno partecipare i rivenditori.

In merito alle condizioni attualmente praticate per i servizi di portatura, si intendono confermati i contenu-

ti degli accordi al riguardo operanti sulla base delle intese intercorse tra le organizzazioni contraenti, anche a livello locale.

ART. 11

Modalità di pagamento

Nelle piazze di distribuzione e nelle «aree di distribuzione» che si costituiranno le pubblicazioni dovranno essere pagate con i sistemi pattuti e — di norma — contestualmente alla consegna o al ritiro, scomputando l'equivalente delle copie invendute e documentate come rese.

La resa di ogni numero dovrà essere fatta all'atto della consegna o del ritiro da parte dei rivenditori del numero successivo della pubblicazione, fatti salvi, in caso del tutto eccezionale, residui di copie eventualmente dimenticate o non restituite per errore. La resa di tali copie sarà accettata solo col numero successivo.

Nel caso di richiamo anticipato di una pubblicazione determinato dal cambio di distributore o da altri mo-

tivi, l'editore accetterà eventuali copie giacenti nelle rivendite, in occasione dell'uscita del numero successivo.

Nel caso di cessazione della pubblicazione, l'editore, o per esso il distributore, dovrà effettuare il richiamo resa entro e non oltre 10 giorni dal termine della periodicità. Decorso inutilmente tale termine, il rivenditore invierà immediatamente in resa le copie giacenti della pubblicazione che ha cessato l'uscita.

Nel caso di cessazione di attività da parte di un'agenzia di distribuzione, l'editore provvederà al ritiro — direttamente o attraverso il nuovo distributore — delle proprie pubblicazioni giacenti in rivendita, al momento della loro naturale scadenza.

Per i rivenditori serviti direttamente, i termini di pagamento e di recupero della resa saranno definiti dai singoli editori; in ogni caso le relative operazioni dovranno realizzarsi non oltre i primi quindici giorni del mese successivo a quello cui si riferisce l'estratto conto.

Le spese della spedizione delle rese richieste per copie intere sono a carico dell'editore; quelle relative alla spedizione delle sole testate sono a carico del rivenditore.

ART. 12

Commissione Nazionale

Viene costituita una Commissione Nazionale alla quale partecipano le parti interessate alla rete di diffusione, al fine di razionalizzare ed ottimizzare il sistema distributivo e promuovere tutte le iniziative necessarie al miglioramento della professionalità dei rivenditori.

La Commissione Nazionale potrà anche articolare i suoi lavori a livello regionale e/o locale, qualora si verificano situazioni che lo richiedano.

A tal fine gli editori, tramite la F.I.E.G., mettono annualmente a disposizione un fondo corrispondente al 4% del ricavato di una giornata di vendita media dei quotidiani ed al 2% del ricavato medio di vendita di un numero dei periodici, realizzato tramite il canale edicole Italia.

La gestione amministrativa del fondo sarà effettuata dalle organizzazioni dei rivenditori; la sua destinazione sarà decisa, previa consultazione, tra le organizzazioni nazionali degli editori e dei rivenditori.

La Commissione si riunirà su convocazione del suo Presidente o su iniziativa di una delle parti entro 10 giorni dalla richiesta.

ART. 13

Sanzioni

Qualora venissero denunciate violazioni delle norme contenute nel presente accordo, la Commissione Nazionale promuoverà un adeguato accertamento in proposito e deciderà le eventuali sanzioni da applicare.

ART. 14

Durata dell'accordo

Il presente accordo ha validità sino al 31 dicembre 1988 e si intende tacitamente rinnovato di anno in

anno ove non sia stato disdettato da una delle parti, con lettera raccomandata, almeno sei mesi prima della scadenza.

Durante il periodo di vigenza del presente accordo, le parti potranno addivenire ad intese dirette a integrare o a modificare parte della normativa.