

Sindacato Nazionale Autonomo Giornalai  
Confcommercio

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

**1994**

In Milano, il 4 marzo 1994

tra

la Federazione Italiana Editori Giornali (F.I.E.G.),  
rappresentata dal Presidente dr. Giovanni Giovannini e dal Vice-presidente dr. Franco Capparelli, con l'intervento della Delegazione Editoriale presieduta dal dr. Lorenzo Jorio e composta dai Signori: Giuseppe Belloli, Marco Bruno, Luciano Carli, Ferdinando Casiraghi, Salvatore Conforti, Roberto Crespi, Guido Cristina, Roberto Dalla Vecchia, Eugenio De Luca, Giuseppe Demartini, Francesco D'Ettore, Angelo Di Cesare, Giovanni Di Giore, Guido Ferrantelli, Alessandro Focolari, Roberto Formigoni, Tarcisio Galli, Adalberto Guardamani, Bruno Lietti, Enrico Manetti, Rodolfo Meoli, Gianluigi Montresor, Luigi Pelletti, Luigi Riccadona, Gianni Steffenini, Massimo Tagliani, Giancarlo Turrini, Nicola Vernola, Daniele Villa, assistiti da: dr. Sebastiano Sortino, dr. Fulvio Flaùto, sig. Gianpietro Curti, dr. Giovanni Magra;

il S.I.N.A.G.I.-C.G.I.L., rappresentato dal Segretario Generale Giuseppe Lo Cascio, dai Segretari Generali Aggiunti Franco Mariotti e Gianfranco Silenzi e dai Segretari Nazionali Enzo Bardi e Giuseppe Costa;

la U.I.L.T.u.C.S.-Giornalai, rappresentata dal Presidente Nazionale Giulio Parisi, dai Vice Presidenti Nazionali Antonio Cerasuolo e Fortunato Costa, dal Comitato di Presidenza Giuseppe Buarné e Gabriella Chiappero, dal Comitato Nazionale: Franco Accinni, Giacomo Alfonso, Antonio Battaglia, Antonio Bertani, Giuseppe Conti, Remo Cristoforini, Antonio Crusco, Antonio D'Ambrosio, Marco De Gioannis, Giuseppe Di Vincenzo, Raffaele Errico, Antonio Esposito, Gennaro Ferrigno, Ettore Fornaro, Alberto Gargiulo, Liberato Gargiulo, Gennaro Gritto, Maria Elena Guida, Marianna Ladisa, Michele Laiso, Francesco Moccia, Maria Morra, Bruno Palazzi, Filomena Palmisano, Francesco Pau, Rodolfo Periccioli, Giovanni Pero, Maria Piccolo, Antonio Pollastro, Quadrifoglio di Torre Angelo, Giuseppe Russo, Antonio Savastano, Daria Spagna,

Michele Stramaglia, Francesco Tucci, Antonio Ver-  
rino, Pasquale Zambello;

lo S.N.A.G.-Confcommercio, rappresentato dal Pre-  
sidente Nazionale ad interim Armando Abbiati, dai  
Vice-presidenti Nazionali Giorgio Casale, Armando  
Ferreri, Giuseppe Ripamonti, dai Consiglieri Nazio-  
nali: Ubaldo Albano, Armando Bechis, Aldo Ber-  
dusco, Giovanni Bertacchini, Eleonora Biagini, A-  
lessandro Biava, Filippo Bonetti, Miriam Colombo,  
Vito Fausto Crema, Luigi Cristanelli, Fernando De  
Leo, Paola Desseni, Giuseppe Fiori, Jures Formenti,  
Antonio Gentile, Giovanni Gorrea, Giuseppe Gozzo,  
Andrea Innocenti, Carlo Leopardò, Franco Lietti,  
Duilio Martini, Graziano Martini, Maria Mercanti,  
Luigi Piantato, Ernesto Pinali, Pietro Pitacco, Eros  
Pozzati, Mario Todeschini, Sergio Veghini;

la FE.NA.GI.-Confesercenti, rappresentata dal Se-  
gretario Nazionale Giorgio Calabrò, dal Presidente  
Nazionale Adriana Rossi e dai Consiglieri Nazionali  
Giuseppe Acierno, Bluetta Battistini, Francesco  
Cenfra, Ileana Dallapina, Rino Fini, Sergio La  
Veglia, Marco Pasi, Gennaro Perdifumo, Roberto  
Romagnoli, Luca Vedrini;

è stipulato il presente accordo che regola il rapporto tra le Aziende editoriali (editori) associate alla F.I.E.G. e le Rivendite di quotidiani e periodici (rivenditori) rappresentate dalle Organizzazioni firmatarie dell'intesa. L'accordo sancisce - per gli impegni reciprocamente assunti - la responsabilità delle rivendite nei confronti degli editori; allo stesso tempo rende responsabili gli editori nei confronti delle rivendite.

## **ART. 1**

Le Organizzazioni firmatarie, unitamente alle Aziende associate, 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 dalle aziende rappresentate dalle organizzazioni sindacali 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 indispensabile 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 promozionale non si intendono regolate dalla pre-

sente intesa. Tali iniziative, se gestite dalle Rivendite, sono contemplate al successivo art. 5.

## **ART. 2**

### **Agibilità della rete di vendita**

Le parti convengono sull'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.

In questo quadro, l'orario di funzionamento dei punti di vendita non dovrà essere inferiore alle 12 ore giornaliere dal lunedì al sabato ed almeno sino alle ore 13 della domenica fatto salvo quanto previsto in seguito. Dovrà essere individuato l'orario ottimale di ciascuna rivendita in funzione delle esigenze di mercato delle singole zone. Ogni rivendita

dovrà esporre un cartello con l'orario di attività e in caso di chiusura dovrà indicare le tre rivendite più vicine aperte.

Le pubblicazioni devono essere poste in vendita subito dopo il loro ricevimento con tempestività ed impegno professionale tali da favorire lo sviluppo della loro diffusione.

La vendita stessa deve avvenire tutti i giorni 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 6 gennaio, 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.

### ART. 3

#### Commissione sulla agibilità della rete

La realizzazione della più ampia agibilità possibile della rete e la verifica periodica della rispondenza

alla luce delle esigenze espresse dalle parti, saranno esercitate da una apposita Commissione incaricata di definire i problemi connessi alla funzionalità della rete stessa. A tale Commissione parteciperanno 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 agibilità della rete di vendita in tutti i giorni, salvo quanto previsto al precedente art. 2. La Commissione è incaricata, in primo luogo, di compiere una attenta verifica del suo attuale stato di agibilità attraverso articolazioni a livello provinciale 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;
- le chiusure estive potranno essere esercitate sino

ad un massimo di 18 giorni consecutivi a cavallo del 16 di agosto, sempre fino al limite del 50% delle rivendite esistenti nei vari Comuni. Nel caso di fruizione delle chiusure estive in un altro periodo, le stesse potranno essere esercitate fino ad un massimo di 17 giorni consecutivi.

In entrambi i casi dovranno essere salvaguardate le esigenze di vendita nelle singole zone e non sarà consentita la chiusura nelle località in cui vi sia un solo punto di vendita, ove non avvenga l'affidamento integrale di tutte le pubblicazioni ad altro esercizio.

La Commissione - entro il 31 ottobre di ogni anno - fisserà le date di svolgimento delle chiusure estive riferite all'anno successivo, **nonchè** 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. Durante il periodo coincidente con le chiusure estive è sospeso l'esercizio facoltativo delle chiusure domenicali.

La Commissione fisserà anche le date di svolgi-

mento delle chiusure per le località di interesse turistico e di villeggiatura che non possono fruirne nel periodo estivo.

In merito alle casistiche di chiusure temporanee e ricorrenti, sempre nei limiti sopra indicati, la Commissione esprime le proprie valutazioni sulle forme di vendita sostitutiva la cui realizzazione è a cura dei giornalai interessati.

Rimane fermo che, nel caso di impossibilità ad operare in tal senso, gli editori valuteranno come procedere autonomamente alla creazione del punto sostitutivo di vendita, come espressamente previsto dalla Legge 416/8 1.

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

In relazione a quanto previsto al comma 2 del presente articolo vengono istituite apposite Commissioni a livello provinciale, integrate con la partecipazione delle Aziende di distribuzione locale, col

compito di svolgere un monitoraggio sullo stato di agibilità della rete.

Compito di tali Commissioni è di verificare l'osservazione dei criteri di agibilità previsti dal presente Accordo e di determinare l'orario ottimale di attività delle singole rivendite.

Ogni rivenditore dovrà esporre un cartello con l'orario di attività e, in ogni caso di chiusura, dovrà indicare le tre rivendite più vicine aperte.

Le Commissioni Provinciali saranno costituite in forma paritetica tra la Federazione Italiana Editori Giornali e le Organizzazioni Nazionali dei rivenditori firmatarie del presente Accordo, unitamente alle Aziende di distribuzione locale interessate.

L'attività delle Commissioni che dovranno svolgere il monitoraggio si esplicherà attraverso la raccolta dei dati messi a disposizione dagli editori locali e dalle imprese di distribuzione locale, nonché attraverso la disamina dei dati suddetti e la loro

valutazione. La Segreteria delle Commissioni Provinciali viene assicurata dalla Federazione Italiana Editori Giornali. I costi per la fornitura dei cartelli contenenti gli orari di agibilità delle rivendite e per l'indicazione delle rivendite in attività saranno a carico della Promopress 2000 s.r.l.

#### **Art. 4**

#### **Distribuzione delle pubblicazioni**

Le organizzazioni firmatarie del presente accordo, al fine di stabilire un più organico raccordo tra le fasi della distribuzione e della vendita, si impegnano a promuovere forme di consultazione che consentano alle organizzazioni dei rivenditori 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 attraverso l'ottimizzazione dei "piani di vendita".

#### **ART. 5**

#### **Commissione Nazionale**

Viene costituita una Commissione Nazionale alla

quale partecipano le parti interessate alla rete di diffusione, al fine di:

- monitorare ed esaminare il sistema distributivo e diffusionale, proponendo e realizzando le soluzioni più adeguate;
- promuovere tutte le iniziative **necessarie** al miglioramento della professionalità nella gestione delle Rivendite. Ciò si realizza anche attraverso forme di vendita complementare gestite dalla rete di rivendita per le quali le Organizzazioni dei rivenditori formuleranno proposte.

In questo quadro, le parti concordano sulla opportunità di porre allo studio una ricerca indirizzata a rappresentare la situazione di difficoltà in cui si trovano le aziende di rivendita di giornali rispetto ai problemi di rinnovo, ampliamento ed installazione dei loro chioschi.

A tal fine sarà realizzato un monitoraggio sullo stato della rete di vendita ed evidenziati i disservizi delle Amministrazioni comunali.

In questo quadro le Organizzazioni dei rivenditori forniranno annualmente alla F.I.E.G. un censimento nominativo della rete di vendita sulla base di un questionario preventivamente concordato.

Le parti ritengono di dover realizzare la raccolta dei dati socio-economici e diffusionali attinenti i punti di vendita, anche in collaborazione con le organizzazioni delle imprese di distribuzione locale.

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

## **Art. 6**

### **Impegni delle Aziende editoriali**

Le Aziende editoriali 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. A fornire i numeri arretrati delle pubblicazioni a durata predeterminata tramite l'impresa di distribuzione locale abituale. Se la richiesta viene soddisfatta integralmente, gli arretrati saranno ceduti in conto assoluto;
- ad effettuare direttamente o tramite le imprese di distribuzione locale, il servizio di portatura e relativo ritiro resa delle pubblicazioni franco punto di vendita, salvo situazioni particolari nelle quali le Organizzazioni Sindacali locali richiedano il mantenimento del servizio a banco;
- ad intervenire tempestivamente presso le Aziende di distribuzione locale 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 dalle Organizzazioni dei rivenditori per migliorare qualità, ubicazione

ed ampiezza del punto di vendita.

## **ART7**

### **Impegni delle Rivendite**

Le Rivendite si impegnano:

- a ricevere, per la messa in vendita, tutte le pubblicazioni quotidiane e periodiche fornite dalle Aziende associate alla F.I.E.G. (che saranno contrassegnate da apposito marchio e il cui elenco aggiornato sarà inviato alle organizzazioni dei rivenditori) o dalle Aziende di distribuzione locale 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.

Nel caso di fornitura delle pubblicazioni da parte di un'impresa di distribuzione locale, quest'ultima fornirà documentazione contabile distinta per le pubblicazioni associate alla F.I.E.G.;

- a restituire in resa le pubblicazioni esclusivamente a seguito del documento di richiamo resa, compilando puntualmente e correttamente la relativa distinta e a fornire i dati di giacenza allo scopo di ottimizzare le forniture per i singoli punti di vendita. Le pubblicazioni sino alla periodicità di bimestrale saranno richiamate in resa all'uscita del numero successivo. Le pubblicazioni con periodicità superiore saranno richiamate in resa dopo 45 giorni dalla loro distribuzione. Il primo numero delle nuove pubblicazioni - sino alla periodicità settimanale - potrà essere richiamato in resa in occasione dell'uscita del numero tre;
- a garantire la permanenza in edicola - nel caso di tipologie particolari - per un periodo più lungo rispetto ai tempi sopra previsti con il consenso delle organizzazioni locali dei rivenditori;
- a pagare le pubblicazioni, nei termini e con le modalità di cui ai punti successivi. Nell'estratto conto viene

accreditato l'equivalente delle copie invendute e documentate come "resa";

- 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;
- ad avviare iniziative - anche con il concorso delle Aziende editoriali - 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. 8**  
**Affissione delle locandine**  
**e propaganda promozionale**

Al fine di richiamare l'attenzione del lettore sul

prodotto, le Aziende editoriali associate 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. Su tale tema, le Organizzazioni dei rivenditori formuleranno proposte.

In occasione del lancio di nuove pubblicazioni quotidiane e periodiche, le rivendite 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 delle Aziende editoriali interessate.

## ART. 9

### Compensi per la vendita delle pubblicazioni

Le Aziende editoriali aderenti alla F.I.E.G. praticheranno alla rete di rivendita la percentuale di sconto del 19% sul prezzo defiscalizzato per la vendita delle loro pubblicazioni, ad eccezione del primo numero delle pubblicazioni di nuova uscita, per le enciclopedie esclusivamente alfabetiche e composte di soli fascicoli cartacei destinate a essere rilegate in volumi e le relative copertine e raccoglitori, per le pubblicazioni senza periodicità, per i numeri unici, per le pubblicazioni che contengono sotto rilegatura più fascicoli arretrati; 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.

In tali casi vi sarà uno sconto supplementare del 5%.

In relazione ai casi di mantenimento del ritiro

delle pubblicazioni al banco previsti all'art. 6, punto 3, le Aziende editoriali praticeranno ai rivenditori interessati la percentuale di sconto del 20% fatto salvo lo sconto supplementare del 5%, come sopra previsto.

Le Aziende editoriali aderenti alla F.I.E.G. praticeranno, inoltre, i seguenti sovrasconti sul prezzo defiscalizzato nelle occasioni sotto specificate:

- quotidiani editi il 27 dicembre, sovrasconto dell'8%;
- periodici settimanali 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%.

Le Aziende editoriali comunicheranno alle organizzazioni dei rivenditori i numeri sui quali verranno applicati gli sconti di cui sopra.

Le maggiorazioni di sconto sopra indicate saranno versate direttamente alla rete di vendita 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 31 marzo dell'anno successivo.

Quando una pubblicazione fornisce uno o più inserti contenenti prodotti editoriali senza prezzo di vendita autonomo e avviati separatamente, sarà riconosciuto alla rete di vendita che effettua il compiegamento preventivo alla messa in vendita un sovrasconto in cifra fissa di L. 30 per ogni inserto.

Nel caso in cui l'aumento di prezzo non coprisse interamente il sovrasconto di cui sopra, al rivenditore sarà riconosciuta la differenza fino a concorrenza del sovrasconto anzi detto.

Nel caso in cui sia stabilito un prezzo della pubblicazione maggiorato in coincidenza della presenza di uno o più inserti avviati separatamente, il

compenso di cui sopra è comunque determinato in L. 6 per ogni inserto.

In occasione dei primi due inserti avviati separatamente non sarà dovuto alcun sovrasconto.

Per le pubblicazioni contenenti inserti compiegati, alla rete di vendita non è dovuto alcun sovrasconto. Lo stesso principio vale per gli inserti che, dopo essere stati avviati separatamente, in un secondo tempo vengano compiegati a cura ed a spesa delle Aziende editoriali.

La distribuzione del materiale promozionale fornito dall'Azienda editoriale non è soggetta a sovrasconto.

La rete di vendita si impegna a non accettare in nessun caso maggiori compensi dalle Aziende editoriali associate rispetto a quelli sopra previsti, ad eccezione di quelli già ottenuti in sede aziendale con intese precedenti alla stipulazione del presente Accordo.

Le Aziende editoriali comunicheranno con la necessaria tempestività e chiarezza alla rete di vendita le iniziative da attuarsi attraverso buoni sconto. Tali buoni sconto saranno richiamati con cadenza settimanale, per il loro accredito.

## **ART. 10**

### **Modalità di pagamento**

Le pubblicazioni dovranno essere pagate con i sistemi pattuiti e - di norma - contestualmente alla consegna, scomputando l'equivalente delle copie invendute e documentate come rese.

Le pubblicazioni con periodicità superiore al bimestre saranno pagate per il 50% alla consegna con il saldo al ritiro resa.

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.

Qualora tale comportamento fosse ripetitivo, il valore delle copie di resa non verrà accreditato e le stesse verranno respinte.

Nel caso di cambio di impresa di distribuzione locale, le copie di resa saranno riconsegnate e addebitate all'impresa che ne ha effettuato la distribuzione in occasione della loro naturale scadenza, qualora non vengano richiamate in resa anticipata.

Nel caso di cessazione di una pubblicazione, l'Azienda editoriale, o per essa l'impresa di distribuzione, dovrà effettuare il richiamo resa entro e non oltre 10 giorni dal termine della periodicità. Decorso tale termine, la rete di rivendita sarà facoltizzata ad inviare immediatamente in resa le copie giacenti della pubblicazione che ha cessato l'uscita.

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.

## **ART. 11**

### **Quota di servizio**

Nel mese di marzo di ogni anno e per tutta la durata del presente Accordo, le Organizzazioni dei rivenditori forniranno alla F.I.E.G. un censimento nominativo della rete di vendita al 31 dicembre dell'anno precedente sulla base di un questionario concordato tra le parti.

A fronte di tale servizio, le Organizzazioni dei rivenditori fattureranno congiuntamente alla Promopress 2000 s.r.l. un compenso, definito con accordo a latere, per ogni nominativo rilevato.

## **ART. 12**

### **Sanzioni**

Viene istituito un organo monocratico che provveda al sanzionamento delle violazioni all'Accordo Nazionale. Entro 15 giorni dalla stipulazione del presente Accordo, le parti indicheranno la personalità cui affidare il mandato che avrà vigenza per tutta la durata dell'Accordo.

Le sanzioni dovranno essere esclusivamente di carattere pecuniario e indirizzate principalmente a ripristinare l'osservanza della norma violata.

A tale organo saranno indirizzati i ricorsi da parte di singoli o di organismi per violazioni alle previsioni normative dell'Accordo Nazionale, sia di carattere economico, che relative alle chiusure, sia per violazioni di accordi aventi rilevanza in materia distributiva e diffusionale.

L'organo in questione procederà informalmente e potrà disporre anche per l'audizione delle parti interessate.

Le decisioni di tale organo non sono soggette a gravame. La segreteria viene assicurata dalla F.I.E.G. La riscossione delle somme relative alle sanzioni saranno assicurate dalla Promopress 2000 s.r.l. La stessa società assolverà le spese relative al funzionamento dell'organo, qualora risultassero insufficienti i proventi delle sanzioni pecunarie.

Eventuali proventi eccedenti verranno devoluti in beneficenza.

**ART. 13**  
**Durata dell'accordo**

Il presente accordo ha validità sino al 30/04/1999 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.

Norme transitorie:

- La decorrenza del presente Accordo - ove non sia espressamente prevista altra data - avrà luogo a far tempo dal 1° maggio 1994. Sino ad allora, avranno vigore i rapporti economici previsti nell'Accordo Nazionale 1985.
  
- Nelle località nelle quali attualmente la consegna delle pubblicazioni viene effettuata presso l'editore o l'impresa di distribuzione locale, la previsione normativa contenuta nell'art. 6, comma 1, punto 3, sarà realizzata entro tre mesi dalla richiesta presentata dalle Organizzazioni locali dei rivenditori.