

CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA

Le presenti condizioni generali di vendita si applicano a tutte le inserzioni pubblicitarie, publiredazionali, Ad Impression, inserti, ovvero altre iniziative promozionali, gestite da Hearst Magazines Italia S.p.A. (d'ora innanzi "**HMI**"), direttamente o attraverso propri sub-appaltatori che potrà incaricare a propria discrezione, e devono intendersi le sole applicabili nei rapporti tra HMI ed il Committente. Eventuali variazioni rispetto alle condizioni generali di vendita di questo documento, dovranno essere approvate per iscritto da parte di HMI. È in ogni caso esclusa l'applicazione e/o la prevalenza delle condizioni generali o particolari di contratto del Committente, a meno che HMI non le abbia accettate per iscritto.

1. PRENOTAZIONE

1.1 Il Committente con la "**Prenotazione**", richiede a HMI che si effettuino le inserzioni pubblicitarie, relative a spazi tabellari, publiredazionali o altre iniziative promozionali (di seguito tutte indicate come "**Inserzioni**") sulle testate cartacee ed i siti web editi da HMI, e sulle testate e siti web di cui HMI è concessionaria (di seguito "**Mezzi**"), con indicazione delle caratteristiche, delle condizioni qualitative, dei posizionamenti degli spazi, delle quantità, delle tariffe e relative condizioni di pagamento. Il Committente con la Prenotazione può altresì richiedere la produzione di servizi e contenuti non brandizzati realizzati per la veicolazione sui propri mezzi e su mezzi di terzi (cartacei, web, social, altro) nei modi e termini concordati nei singoli accordi (di seguito "**White Label**").

1.2 Le Prenotazioni del Committente devono essere effettuate per iscritto, da persona autorizzata a contrarre in nome dello stesso. In ogni caso, l'esistenza del potere di rappresentanza del soggetto autorizzato si presume, senza che HMI debba verificare l'effettiva sussistenza al momento della Prenotazione.

1.3 E' altresì possibile che le Prenotazioni vengano effettuate dall'agenzia munita del potere di rappresentanza dell'inserzionista pubblicitario. In tale caso, l'inserzionista risponde del rispetto degli impegni assunti dall'agenzia nei confronti di HMI.

1.4 Le Prenotazioni si intendono definitivamente perfezionate a seguito della ricezione da parte della Committente della conferma d'ordine delle Inserzioni e/o dei White Label inviata da HMI, corredata dalle presenti Condizioni Generali.

1.5 Qualora l'esecuzione della Prenotazione, per qualsiasi ragione, preceda la ricezione della conferma d'ordine dell'Inserzione e/o White Label, la Prenotazione si intenderà formalizzata contestualmente alla pubblicazione dell'Inserzione e/o alla consegna e/o pubblicazione del White Label sulla base delle pattuizioni intercorse e sarà regolata da quanto indicato nella Prenotazione e nelle presenti Condizioni Generali.

1.6 La Prenotazione deve avere una durata espressa con l'indicazione della data di decorrenza e di scadenza che comunque non sarà mai superiore all'anno solare.

1.7 In nessun caso la Prenotazione determina un diritto di esclusiva a favore del Committente né divieti o limiti di pubblicità a carico di HMI nei confronti di concorrenti del Committente e/o di terzi.

2. PRODOTTI STAMPA/EMAG

2.1 Nella Prenotazione del Committente deve essere indicato, tra le altre informazioni, il formato, il numero e la posizione degli annunci.

Il calendario di utilizzazione delle Inserzioni prenotate è concordato tra il Committente e HMI nel rispetto del calendario di chiusura delle testate, stabilito dal calendario ufficiale di HMI (di seguito indicato come “**Calendario HMI**”) e del formato di ciascuna testata, indicato nel listino ufficiale di HMI (di seguito indicato come “**Listino**”). Il Calendario HMI ed il Listino in vigore sono disponibili all’indirizzo web [http:// www.hearst.it](http://www.hearst.it). Il Committente riconosce in ogni caso a HMI, il diritto di modificare il calendario fissato per giustificate esigenze, anche d’ordine tecnico-tipografico o redazionale.

2.2 Le eventuali richieste di modifica degli accordi già intervenuti sulle date di pubblicazione delle Inserzioni, sul loro formato e sul numero dei colori da impiegare nella stampa, devono pervenire per iscritto a HMI da parte del Committente, unitamente alla indicazione delle date di pubblicazione desiderate in via sostitutiva, almeno con 10 giorni di anticipo rispetto al Calendario.

2.3 Il Committente farà pervenire il materiale delle Inserzioni da riprodurre (*file* digitali in quadricromia nel formato Pdf completi di testi, loghi ed immagini, tutti in alta definizione). Al materiale digitale dovrà essere allegata dal Committente una prova colore iris o *digital cromalin* (ottenuta con l’ultima versione del file salvato), nel formato scelto della testata pianificata, comprendendo anche le relative abbondanze di refilo, entro i tempi previsti dal Listino in vigore. In assenza di invio della prova colore farà fede il materiale digitale.

Il materiale digitale dovrà essere inviato preferibilmente accedendo al Portale materiali di Hearst, <http://hearstpmd.hearst.it/> ; il sistema genererà automaticamente il *check-in* del materiale indicando la presenza di eventuali anomalie da correggere.

2.4 In caso di mancata consegna del materiale digitale da riprodurre entro i termini stabiliti dal Listino in vigore, HMI si riserva la facoltà di rinviare la pubblicazione ad altre date che sono dalla stessa insindacabilmente fissate in dipendenza delle proprie esigenze e disponibilità di spazio. Per la mancata pubblicazione, il Committente sarà tenuto al pagamento di una penale ai sensi dell’art. 1382 c.c. – immediatamente esigibile ed irriducibile – pari al 50 % del valore dell’Inserzione non pubblicata.

2.5 Al di fuori dei tassativi casi previsti dal Listino per il collocamento in determinate posizioni delle Inserzioni col pagamento dei relativi sovrapprezzi, HMI non può assumere alcun impegno di collocamenti speciali o particolari.

3. PRODOTTI SUL WEB

3.1. Materiale pubblicitario

3.1.1 Il Committente dovrà fornire a HMI il materiale digitale da pubblicare — secondo le modalità di volta in volta concordate tra le parti ed almeno con 5 giorni lavorativi in anticipo rispetto al calendario di pubblicazione concordato.

3.1.2 Per ogni giorno di ritardo il Committente sarà tenuto al pagamento di una penale ai sensi dell'art. 1382 c.c. – immediatamente esigibile ed irriducibile di Euro 500,00 – fermo restando ogni altro diritto a favore di HMI e ogni altro onere a carico del Committente.

3.1.3 Il materiale dovrà pervenire ad HMI sotto forma di file nel formato richiesto da HMI e dovrà contenere: (i) creatività pubblicitaria, oppure (ii) tutte le informazioni necessarie per approntare il materiale pubblicitario, se le parti hanno concordato che questa debba essere realizzata da HMI.

3.1.4 In caso di cambiamenti intervenuti sul proprio sito web tali da condizionare l'esecuzione della prestazione richiesta ad HMI, il Committente informerà HMI prima dell'avvio della campagna pubblicitaria. Ogni onere o spesa, in caso di omessa o ritardata comunicazione, saranno a carico esclusivamente del Committente.

3.2 Ad Impressions

Se la quantità di Ad Impressions nel corso della campagna pubblicitaria dovesse essere inferiore a quelle acquistate dal Committente, HMI sarà unicamente tenuta a pubblicare il materiale mancante oppure a rimborsare il prezzo equivalente alle Ad Impressions mancanti.

4. GARANZIE E MANLEVA IN FAVORE DI HMI

4.1 Il Committente garantisce che il materiale pubblicitario sia (i) conforme alle disposizioni di legge e regolamentari vigenti e volte alla tutela dell'utente e, più in generale, dei destinatari del materiale pubblicitario, (ii) non contenga materiale osceno, diffamatorio, illegale, immorale, illecito secondo quanto previsto dalle disposizioni vigenti nei Paesi ove il materiale sarà visibile, (iii) sia conforme al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria in vigore nei paesi ove il materiale pubblicitario sia visibile, tenendo indenne HMI da qualsiasi responsabilità.

4.2 Il Committente si obbliga a tenere indenne HMI da ogni responsabilità verso terzi, Autorità, enti regolatori per violazione dei diritti della personalità, della proprietà letteraria, per plagio, concorrenza o altre cause derivanti dalle pubblicazioni delle Inserzioni, nonché a sollevarla da ogni richiesta, azione, costi connessi.

5. CANCELLAZIONE DELLA CAMPAGNA PUBBLICITARIA

5.1 È concessa al Committente la facoltà di richiedere la cancellazione di una campagna pubblicitaria già programmata, mediante comunicazione scritta, che qualora ricevuta da HMI:

A) Per le campagne pubblicitarie con posizioni speciali e battenti (ovvero “in copertina”):

- prima dei 35 giorni dalla data di uscita, non comporterà alcun addebito al Committente, ma il 100% dei costi tecnici eventualmente sostenuti da HMI (per battenti di copertina);
 - Dopo i 35 giorni dalla data di uscita, comporterà l'addebito al Committente del 50% del prezzo previsto per l'uscita stessa oltre ai costi tecnici eventualmente già sostenuti da HMI;
- B) Per le campagne pubblicitarie programmate come inserti e sponsorizzazioni:
- prima dei 60 giorni dalla data di uscita, non comporterà alcun addebito al Committente, ma il 100% dei costi tecnici eventualmente sostenuti da HMI;
 - dopo i 60 giorni dalla data di uscita, comporterà l'addebito al Committente del 50% del prezzo previsto per la stessa oltre a costi tecnici eventualmente già sostenuti da HMI;
- C) Per le campagne pubblicitarie programmate come tabellari o publiredazionali:
- prima dei 28 giorni dalla data di uscita, non comporterà alcun addebito al Committente ma il 100% dei costi tecnici eventualmente sostenuti da HMI (per publiredazionali);
 - dopo i 28 giorni dalla data di uscita, comporterà l'addebito al Committente del 50% del prezzo previsto per la stessa oltre ai costi tecnici eventualmente sostenuti da HMI (per publiredazionali).

5.2 La cancellazione di progetti di White Label se intervenuta dopo la sua realizzazione (anche se parziale) determinerà l'addebito dell'intero importo pattuito ed accettato dal Committente.

6. RIFIUTO ALLA PUBBLICAZIONE

6.1 Il Committente riconosce a HMI la facoltà di rifiutare e di sospendere, anche nel corso dell'esecuzione dell'ordine, senza alcun obbligo di indennizzo, la pubblicazione delle Inserzioni:

- a) ritenute ad insindacabile giudizio di HMI, poco convenienti o non aderenti all'indirizzo ed alla linea editoriale adottata dai Mezzi prescelti, sia per il testo che per le illustrazioni;
- b) che, simulando nello stile del testo o nella presentazione grafica a materia redazionale, non consentano l'immediata identificazione pubblicitaria;
- c) che non rechino gli estremi delle autorizzazioni ministeriali e amministrative quando tale menzione sia prescritta o comunque difettino di autorizzazioni obbligatorie;
- d) che abbiano ad oggetto iniziative analoghe ad altre già promosse o da promuovere in proprio da HMI; nessuna lamentela comunque potrà avanzare il Committente nel caso di pubblicazione contemporanea delle sue Inserzioni aventi il contenuto o le iniziative di cui sopra con quelli analoghi di HMI.

6.2 Il Committente riconosce a HMI la facoltà di rifiutare o sospendere la pubblicazione delle Inserzioni anche nel corso dell'esecuzione della Prenotazione, senza alcun obbligo di indennizzo o danni, né alla sospensione o al rifiuto del pagamento delle Inserzioni già effettuate. Il mancato rifiuto o sospensione di un'Inserzione, non comporta acquiescenza da essa o deroga, perciò non impedisce il successivo rifiuto o sospensione di un'identica Inserzione.

7. PRENOTAZIONI SU PUBLIREDAZIONALI

7.1 Qualora la Prenotazione sia utilizzata in tutto o in parte per annunci publiredazionali, resta convenuto che:

- a) i testi e le illustrazioni di tali servizi, quando realizzati da HMI su incarico del Committente, sono realizzati secondo criteri suggeriti da quest'ultimo e concordati con HMI. Le relative spese di realizzazione sono a carico del Committente e rimborsate a HMI dietro regolare addebito;
- b) a contrassegnare il carattere delle Inserzioni, venga stampata sopra il titolo la specificazione della loro natura (annuncio pubblicitario, informazione pubblicitaria o altro titolo simile di significato equivalente, condiviso con HMI);
- c) il Committente si impegna a comunicare per iscritto a HMI il “*visto per la stampa*” oppure le eventuali richieste di correzione e modifiche entro i cinque giorni successivi alla data di ricevimento del materiale stesso o nei termini precedentemente stabiliti con HMI. Trascorso tale tempo senza che sia pervenuta a HMI alcuna comunicazione dal Committente, il materiale si intende approvato;
- d) la proprietà letteraria e artistica dei servizi pubblicati, nonché del materiale a loro destinato, anche se non utilizzato, è riservato a HMI, pertanto la riproduzione anche parziale dei servizi stessi può aver luogo soltanto su espressa autorizzazione di HMI.

8. CODICE DI AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA

8.1 Il Committente prende atto che l'osservanza del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria (di seguito “**Codice**”) è vincolante ed obbligatorio per HMI ed accetta anch'essa tale Codice.

8.2 Il Committente dichiara di accettare, inoltre, la competenza del Comitato di Controllo e del Giurì, impegnandosi a conformarsi in via definitiva alle decisioni di quest'ultimo anche in ordine all'eventuale pubblicazione delle decisioni stesse. Il Committente prende comunque atto che, oltre alla facoltà di cui al precedente art. 5, HMI può rifiutare le Inserzioni che siano in contrasto con le norme del Codice, o può sospendere, con effetto immediato, la pubblicazione delle stesse o simili in contrasto come sopra, ovviamente senza obbligo di indennizzo di sorta.

8.3 Il Committente è tenuto altresì al rispetto delle decisioni, direttive e regolamenti emanati in relazione alla pubblicazione delle Inserzioni da parte dell'Autorità Giudiziaria, dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, nonché di altre autorità amministrative.

9. RECLAMO

9.1 Le Inserzioni si intenderanno ad ogni effetto accettate se gli eventuali reclami del Committente non perverranno per iscritto ad HMI entro 30 giorni successivi alla data di uscita in edicola della testata o alla data di pubblicazione sul sito web.

10. LIMITI DI RESPONSABILITA' DI HMI

10.1 Il Committente riconosce che HMI, così come i suoi sub-appaltatori, è esente da ogni responsabilità:

- a) per i difetti di stampa eventualmente riscontrati su Inserzioni riprodotte da materiale non avente i requisiti necessari per una riproduzione a regola d'arte;
- b) per le difformità eventualmente riscontrate fra gli originali e le riproduzioni, quando esse rientrino nei limiti della normale tolleranza connessa col sistema di stampa impiegato;
- c) per ritardi nella pubblicazione dell'Inserzione dipendenti da scioperi delle maestranze;
- d) per errori nei testi contenuti nelle Inserzioni publiredazionali approvati secondo i termini stabiliti all'art. 6 paragrafo c.
- e) HMI sarà inoltre esonerata da qualsiasi responsabilità per ritardi o cancellazioni direttamente imputabili a limitazioni o circostanza altre riconducibili alla pandemia da Covid-19.

10.2 HMI deve informare il Committente prima della pubblicazione se ci sono difetti o difformità gravi ed evidenti in modo da evitare una scorretta pubblicazione ed un danno per il Committente.

10.3 Nel caso in cui si dovessero riscontrare nella pubblicazione delle Inserzioni dei gravi errori di stampa o altro genere di rilevante pregiudizio per il Committente dovuti a fatto esclusivo di HMI, il Committente potrà richiedere soltanto la ripetizione dell'Inserzione con la rettifica del testo, del disegno o della foto erroneamente riprodotti, escluso ogni altro risarcimento.

10.4 Inoltre, HMI non sarà responsabile della mancata pubblicazione, in tutto o in parte, delle Inserzioni ordinate nel caso in cui il Mezzo cessasse, per qualsiasi motivo, le pubblicazioni durante il periodo di validità delle Prenotazioni. In tale eventualità, l'ordine si intenderà risolto per la parte non ancora eseguita senza alcuna conseguenza a carico di HMI. Il Committente dovrà corrispondere l'importo delle Inserzioni pubblicate alle condizioni di prezzo convenute.

10.5 Le limitazioni di responsabilità sopra indicate si intendono estese anche ai progetti di White Label, laddove applicabili.

10.6 Per i progetti di White Label, HMI non sarà responsabile per ritardi imputabili a terzi o circostanze sopravvenute che impediscano la realizzazione dei contenuti, qualora HMI intervenga tempestivamente per risolvere il fatto che ha determinato il ritardo e/o proponendo soluzioni alternative che possano soddisfare il Committente.

11. NON TRASFERIBILITÀ DELLA PRENOTAZIONE E SOLIDARIETÀ

11.1 La Prenotazione non è trasferibile o comunque cedibile da parte del Committente. Lo spazio impegnato dovrà pertanto essere utilizzato integralmente ed esclusivamente dal Committente, salvo eventuali condizioni particolari da stipularsi per iscritto. L'accettazione di deroghe, da parte di HMI, non esime, dall'impegno assunto dal Committente, che resta responsabile in solido con i beneficiari degli oneri comunque derivanti dalla pubblicazione delle relative Inserzioni. In caso di cessione o successione a qualsiasi titolo dell'azienda del Committente, il cessionario o l'avente causa, subentrano in tutti i diritti e obblighi derivanti dalla Prenotazione.

11.2 HMI ha la facoltà di cedere a terzi in tutto o in parte la Prenotazione, fermo restando che le Inserzioni saranno eseguite secondo le modalità previste.

11.3 Qualora firmataria delle Prenotazioni sia l'Agenzia, con fatturazione all'Agenzia per conto del Committente, quest'ultimo risponde in solido con l'Agenzia per tutte le obbligazioni relative alle stesse. In tal caso, il Committente è tenuto anche a fornire ad HMI il mandato con cui ha affidato all'Agenzia l'incarico di operare senza rappresentanza, prima della Prenotazione.

12. CONDIZIONI COMMERCIALI E CAMPAGNE PROMOZIONALI

12.1 Nel caso in cui la Prenotazione si riferisca alle condizioni commerciali proposte, il diritto del Committente a usufruire degli sconti è condizionato all'integrale corretta esecuzione della Prenotazione entro i termini di validità della stessa. Qualora, pertanto, l'impegno non venisse integralmente esaurito entro il termine previsto, come valore del pubblicato, le condizioni commerciali saranno riviste con il Committente e il Committente sarà tenuto a rimborsare l'eventuale importo dello sconto già accreditato.

12.2 Lo sconto di agenzia è riservato al Committente che si avvale di un'impresa e/o struttura professionalmente idonea, operante nel settore della comunicazione pubblicitaria, indicata espressamente per iscritto ad HMI. Viene considerato Committente il firmatario del contratto, se diverso dall'utente della pubblicità, solo nel caso in cui agisca sulla base di un mandato senza rappresentanza; in questo caso lo sconto dovrà essere trasferito all'utente in quanto applicato a vantaggio di quest'ultimo.

12.3 Nel caso in cui la Prenotazione benefici di condizioni particolari, per effetto di una qualsiasi campagna promozionale di HMI legata alla quantità di spazi acquistati, il parziale utilizzo della Prenotazione comporta la decadenza dalle condizioni previste nella stessa, con conseguente applicazione delle condizioni commerciali standard in vigore alla data di decorrenza della Prenotazione.

12.4 Nel caso in cui la Prenotazione benefici di una scala sconto condivisa, anche sotto forma di spazi omaggio, dipendente dal raggiungimento di livelli minimi quantitativi, entro i termini di validità dell'offerta, il diritto del Committente a fruire degli sconti è condizionato all'integrale raggiungimento dei suddetti livelli, perciò

qualora tali livelli non siano effettivamente raggiunti dal Committente, lo stesso è tenuto a rimborsare l'importo dello sconto già in qualsiasi forma usufruito.

13. PAGAMENTO DEL PREZZO

13.1 L'integrale pagamento delle fatture dovrà essere effettuato direttamente ad HMI entro 30 giorni dalla data di emissione delle fatture stesse, salvo diverso termine che dovesse risultare per iscritto tra il Committente e HMI.

13.2 Il pagamento a mezzo tratte o ricevute bancarie non modifica la competenza territoriale del foro della creditrice che è quello di Milano.

13.3. Il mancato o parziale pagamento delle fatture entro il termine convenuto dà la facoltà a HMI di non eseguire eventuali ulteriori Inserzioni che fossero state nel frattempo stipulate fra le parti, nonché di sospendere, senza necessità di avviso, la pubblicazione delle Inserzioni senza che da parte del Committente possano essere opposte eccezioni di sorta o richieste di danni, fermo restando ovviamente l'obbligo del Committente stesso di pagare integralmente l'importo delle Inserzioni e salvo il risarcimento dei danni derivanti a HMI.

13.4 In caso di mancato pagamento decorreranno automaticamente dal giorno successivo alla data di scadenza del pagamento sino al saldo, interessi di mora di cui all'art. 5 del D.lgs. n. 231/2002.

13.5 L'IVA ed ogni altro onere fiscale trasferibile sono interamente a carico del Committente.

13.6 Il Committente prende atto fin da ora che HMI potrà cedere ad altri i propri crediti nascenti dalla Prenotazione e ciò anche per gli effetti dell'articolo 1248 c.c..

13.7 Eventuali caratteristiche non previste verranno addebitate sulla base del Listino in vigore all'atto della pubblicazione delle Inserzioni.

14. LEGGE E FORO ESCLUSIVO

14.1 Tutte le relazioni negoziali relative all'acquisto di Inserzioni di HMI, ivi comprese le fasi delle trattative, oltre che i singoli contratti di acquisto rappresentati dalle Prenotazioni, sono regolati in via esclusiva dalla legge italiana. Di qualsiasi controversia è competente esclusivamente il Foro di Milano.

15. REGOLAMENO ANTI-CORRUZIONE

15.1 Il Committente (a) rispetta tutte le leggi, i regolamenti anticorruzione applicabili, inclusi il *Foreign Corrupt Practices Act* americano ed il *Bribery Act* inglese; (b) rispetta il Regolamento Anti-Corruzione Hearst disponibile sul sito www.hearst.it, alla sezione "governance"; (c) si attiverà durante tutta la vigenza delle relazioni negoziali con HMI affinché il Regolamento Anti-Corruzione Hearst venga rispettato; (d) avviserà tempestivamente HMI di qualsiasi richiesta impropria di denaro o vantaggi economici di qualsivoglia natura se collegata in qualunque modo alla relazione negoziale con HMI.

15.2 Il Committente si impegna altresì affinché tutti i suoi dipendenti o collaboratori che prestino attività connesse alle relazioni negoziali con HMI rispettino le

disposizioni di cui al Regolamento Anti-Corruzione Hearst e sarà ritenuto direttamente responsabile verso HMI in caso di violazioni accertate da HMI o da soggetti terzi.

16. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

16.1 HMI, in qualità di titolare del trattamento per i dati riferiti al Committente informa il Committente, ai sensi dell'art. 13 del Regolamento Europeo 2016/679 e del D. Lgs. 196/2003, che i dati sono trattati per fini amministrativi, contabili e per evadere le obbligazioni contrattuali assunte, nonché per ottemperare a norme di legge o regolamento.

16.2 I dati potranno essere comunicati a soggetti terzi che svolgono servizi strumentali agli adempimenti fiscali, amministrativi e civilistici o a enti pubblici, amministrazione finanziaria ed altri organi di controllo, anche su loro espressa richiesta. Potranno altresì essere comunicati a società di recupero crediti. Gli incaricati preposti al trattamento sono gli addetti all'amministrazione, alla contabilità, all'evasione dei servizi disciplinati dal contratto ed ai sistemi informativi e di sicurezza dei dati.

16.3 Ai sensi degli articoli 15-21 del Regolamento Europeo 2016/679 e del D.lgs. 196/2003 il Committente può esercitare i relativi diritti, fra cui consultare, modificare, cancellare i dati od opporsi al loro trattamento per motivi legittimi, rivolgendosi all'altra Parte, ai recapiti riportati in questa scrittura privata.

16.4 Il Committente potrà rivolgersi a HMI per ottenere l'elenco completo ed aggiornato dei responsabili del trattamento.

16.5 In qualità di titolare del trattamento, ai sensi e per gli effetti del D. Lgs. 196/2003 e del Regolamento Europeo 2016/679, HMI dichiara e garantisce che i dati del Committente saranno trattati secondo principi di liceità e correttezza e che saranno applicate le misure tecniche e organizzative adeguate a garantire un livello di sicurezza adeguato, di cui all'art. 32 del Regolamento Europeo 2016/679 e ai sensi del D. Lgs. 196/2003.

17. DISPOSIZIONI GENERALI

17.1 Nessuna modifica delle condizioni è valida, se non espressamente pattuita per iscritto tra le parti.

17.2 Nel caso in cui il Committente venga assoggettato a procedure concorsuali, HMI può autonomamente ritenere inefficace la Prenotazione ovvero risolto di diritto il contratto di prenotazione, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 c.c., nonché sospendere immediatamente l'esecuzione delle Inserzioni ancora previste, fermo restando l'obbligo del Committente per il pagamento delle Inserzioni già effettuate.

17.3 L'eventuale mancato esercizio di diritti o la mancata adozione di uno o più mezzi legali e contrattuali riconosciuti, non comporta in ogni caso acquiescenza, rinuncia o deroga alle presenti condizioni contrattuali.

17.4 L'eventuale invalidità di alcune clausole delle presenti condizioni generali di vendita non determinano l'invalidità delle restanti né dei singoli contratti di vendita.

17.5 Le Parti concordano che in caso di conflitto fra le previsioni di cui alle presenti Condizioni Generali di Vendita e quelle di eventuali ulteriori documenti nell'ambito dell'accordo fra le Parti, le previsioni delle presenti Condizioni Generali di Vendita prevarranno.

Dichiaro di aver letto, compreso ed accettato le presenti Condizioni Generali di Vendita di HMI.

Il Committente
(Timbro e firma del legale rappresentante)

Presane attenta visione, approviamo specificatamente le clausole di cui agli articoli: 1 (Prenotazioni) – 2 (Prodotti stampa/EMAG) – 3 (Prodotti sul Web) – 4 (Garanzie e manleve in favore di HMI) - 6 (Rifiuto di Pubblicazione) – 8 (Codice di Autodisciplina) – 9 (Reclamo) – 11 (Non Trasferibilità della Prenotazione e Solidarietà) – 13 (Pagamento del Prezzo) – 14 (Legge e Foro Esclusivo) – 17 (Disposizioni Generali).

Il Committente
(Timbro e firma del legale rappresentante)

Data, _____