**Modalità di attribuzione Classi di Prodotto**

**ACCORDO SULLA QUALITÀ DI EMISSIONE DELLA PUBBLICITÀ RADIOFONICA**

**TRA UPA-ASSOCOMUNICAZIONE E FCP**

Punto 3)

Nella diffusione di ciascun break e/o blocco pubblicitario i prodotti in diretta concorrenza tra di loro

saranno così distanziati: in caso di interruzioni pubblicitarie contenenti 7 o più comunicati i predetti

prodotti saranno tra loro separati da almeno 2 comunicati; in caso di interruzioni pubblicitarie contenenti meno di 7 comunicati i predetti prodotti saranno non consecutivi. Per prodotti in concorrenza si intende quelli appartenenti alla stessa singola classe di prodotto secondo le singole classi di prodotto ADEX della Nielsen Media Research; sarà cura del cliente o dei suoi rappresentanti di comunicare la classe di prodotto Nielsen di appartenenza dei prodotti pubblicizzati con almeno cinque giorni lavorativi di anticipo rispetto all’inizio di ciascun ciclo di comunicati radiofonici. La mancata comunicazione nei termini indicati costituisce condizione sospensiva del diritto dell’utente e degli altri utenti della sua medesima classe di prodotto a godere della separazione ut sopra, fermo restando il ripristino di detto diritto a partire dalla programmazione successiva al terzo giorno lavorativo dalla comunicazione della classe di prodotto o dalla consegna del radio comunicato.

L’elenco delle classi di prodotto, Sistematica Nielsen è quello che si registra al sito www.it. nielsen.com ed è allegato al presente accordo e le Parti danno atto della loro presa visione.

In deroga a quanto sopra previsto, non sarà garantita la separazione oggetto del presente punto per

le campagne multimarca o multiprodotto e le campagne di co-marketing, sia nel senso che a queste

campagne non è garantita detta separazione sia nel senso che alle altre campagne non è garantita la

separazione da comunicati multimarca, multiprodotto o di co-marketing in cui risulti che una delle

marche o uno dei prodotti citati siano competitori diretti di quelli oggetto dei comunicati adiacenti.

**Nielsen**

* Per i prodotti nuovi Nielsen attribuisce la Classe di prodotto quando rileva la campagna
* Per i prodotti nuovi, ovvero senza Classe di prodotto prima dell’uscita della campagna, se il Cliente (come da accordo UPA, Assocom, FCP) non comunica prima della campagna la Classe di prodotto alla Concessionaria ed è la Concessionaria a doverla attribuire, Nielsen si rende disponibile a valutare con la Concessionaria (prima della campagna) l’esatta attribuzione della Classe di prodotto