



Règim de tarifes dels fulls d'horaris editats pel CTM

1. Objecte

L'objecte del present document és definir el règim tarifari d'aplicació als espais publicitaris dels fulls d'horaris editats pel CTM.

2. Tarifes d'aplicació

Per a un espai publicitari de 2.000 mm², la tarifa general d'aplicació és de 200 euros/mes. Específicament per a agències de publicitat*, aquesta tarifa es redueix a 160 euros/mes.

*Agència de publicitat: Categoria empresarial definida a la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat. Epígraf IAE: 844 (serveis de publicitat, relacions públiques i similars); CNAE: 7440 (publicitat).

3. Descomptes

S'aplicaran descomptes en funció del nombre d'espais publicitaris contractats (EC) en un període de 12 mesos naturals, d'acord amb les següents regles:

- a) Si $EC < 4$, no s'aplica descompte.
- b) Si $4 \leq EC \leq 60$ >> % descompte = $0,625 \cdot EC + 2,5$
- c) Si $EC > 60$, s'aplica un descompte del 40%.

S'explica amb un exemple: entre 01/11/2015 i 31/10/2016 (12 mesos naturals), l'empresa X contracta el següent:

- 01/11/2015 a 28/02/2016: inserció d'anunci a 1 full horari >> 4 mesos x 1 anunci/mes = 4 espais contractats (EC).
- 01/05/2016 a 31/10/2016: inserció d'anunci a 2 fulls d'horaris >> 6 mesos x 2 anuncis/mes = 12 espais contractats (EC).
- Total contractat: $4 + 12 = 16$ EC >> regla b) >> % descompte = 12,5%.

4. Condicions de contractació

- S'estableix un període mínim de contractació d'un (1) mes.
- El CTM es reserva el dret a no contractar determinades insercions publicitàries, com ara, per exemple, anuncis de begudes alcohòliques o de contingut sexual, o, en general, anuncis de productes o serveis que es consideri que puguin atemptar contra el decor.



- Les tarifes únicament cobreixen el dret d'explotació publicitària de l'espai contractat; per tant, no inclouen cap altre servei, com ara el disseny de l'anunci.