

CGC per la pubblicità stampata della federazione delle cooperative Migros

1 Applicabilità. Le presenti CGC per la pubblicità stampata regolano i rapporti contrattuali tra l'inserzionista, oppure l'intermediario pubblicitario da lui incaricato (intermediario pubblicitario) e i media di Migros (in seguito „l'editore“). Salvo accordo scritto diverso, in caso di contratto scritto vengono applicate queste CGC a titolo complementare.

2 La pubblicazione, la modifica e la sospensione di inserzioni necessita della forma scritta. Le modifiche e le sospensioni possono essere eseguite fino al termine di accettazione dell'inserzione senza comportare spese. Vengono fatturate le spese causate dal materiale di stampa già utilizzato. Le riproduzioni e le litografie create dal centro di stampa rimangono proprietà di quest'ultimo. L'editore non si assume alcuna responsabilità per gli errori causati da ogni tipo di trasmissione per telefono o per la cattiva qualità del telefax.

3 I desideri di pubblicazione e di posizionamento vengono accettati senza impegno. L'editore si riserva per motivi tecnici il diritto di spostare inserzioni senza avvisare l'inserzionista oppure l'intermediario pubblicitario.

3.1 Per le istruzioni relative al posizionamento viene riscosso un supplemento. Diventano vincolanti solo su accordo e conferma.

3.2 Se per motivi legati all'impaginazione non è possibile rispettare un posizionamento confermato, l'inserzionista o l'intermediario pubblicitario verrà, se possibile, informato in anticipo.

3.3 La non pubblicazione di un'inserzione, il posizionamento in un posto diverso o in un'altra edizione, come pure una consegna ritardata causata da guasti tecnici non danno diritto a qualunque tipo risarcimento di danni.

3.4 Non può venir accordata alcuna esclusione di concorrenza.

4 Pubblicazione di inserzioni e di allegati. L'editore si riserva in qualsiasi momento il diritto di richiedere modifiche dei contenuti delle inserzioni/degli allegati o di rifiutare oppure sospendere contenuti di inserzioni/allegati in ogni momento senza fornirne i motivi.

4.1 Servizi online (in particolare Internet). L'inserzionista o l'intermediario pubblicitario permette, fino alla revoca, all'editore di inserire i supporti pubblicitari nei propri servizi online o di pubblicarli in altro modo e di elaborarli per questo scopo. L'editore si impegna a rispettare le disposizioni sulla protezione dei dati, ma non può garantire completamente la confidenzialità, l'integrità, l'autenticità e la disponibilità dei dati personali. L'inserzionista o l'intermediario pubblicitario prende conoscenza del fatto che i dati personali possono essere consultati anche in stati che non conoscono disposizioni sulla protezione dei dati simili a quelle in vigore in Svizzera. L'inserzionista o l'intermediario pubblicitario in questo modo accetta la non libera accessibilità a terzi dei supporti pubblicitari online o dei supporti che l'editore pubblica in un altro modo. L'inserzionista o l'intermediario pubblicitario proibisce in particolare a terzi di prendere in consegna supporti pubblicitari su servizi online senza l'autorizzazione dell'editore e trasmette a quest'ultimo il diritto per qualsiasi tipo di utilizzazione ed elaborazione di questi supporti pubblicitari con i mezzi necessari.

5 Le pubblicità a carattere politico evidentemente concepita allo scopo di formare o influenzare l'opinione pubblica in vista di elezioni o di votazioni devono essere pubblicate per tempo prima della votazione, in modo che anche la controparte abbia la possibilità di posizionare supporti pubblicitari prima del giorno delle elezioni o della votazione. Valgono per altro le direttive contrattuali dei rispettivi organi pubblicitari d'inserzioni

6 Pubblicazione di articoli redazionali non può costituire una condizione per il posizionamento del supporto pubblicitario.

7 Responsabilità. L'inserzionista è responsabile per le inserzioni. È obbligato a rispettare le disposizioni di legge, le direttive e le regole applicabili delle associazioni settoriali e se permesso dalla legge esonera l'editore, i suoi organi e ausiliari da qualsiasi responsabilità nei confronti di terzi. Se l'editore viene citato in giudizio, l'inserzionista è obbligato a partecipare al processo dopo la denuncia del litigio. L'inserzionista

è in ogni caso obbligato ad assumersi tutte le spese giudiziarie ed extragiudiziarie risultanti dalle pretese di terzi.

8 Diritto di risposta. Le richieste di pubblicazione di una risposta a delle inserzioni vengono nel limite del possibile trattate dall'editore su accordo con l'inserzionista o l'intermediario pubblicitario. Se l'editore viene citato in giudizio, l'inserzionista è obbligato a partecipare al processo dopo la denuncia del litigio. L'inserzionista è in ogni caso obbligato ad assumersi tutte le spese giudiziarie ed extragiudiziarie relative al diritto di risposta.

9 Le istruzioni per l'impaginazione possono essere prese in consegna nel limite delle possibilità tecniche. I supporti pubblicitari devono essere riconoscibili chiaramente come tali per i lettori e devono distinguersi dalla parte redazionale per il loro aspetto e il loro formato. L'editore si riserva inoltre il diritto di contrassegnarle aggiungendo l'intestazione «inserzione», «annuncio», o «rapporto pubblicitario». Il logo o il nome dell'editore, dei prodotti e dei siti web dell'editore possono essere utilizzati nei supporti pubblicitari solo con l'autorizzazione scritta dell'editore.

10 I visti si stampa vengono emessi solo su richiesta espressa e solo se l'editore dispone per tempo del materiale di stampa. Le inserzioni vengono per principio pubblicate nelle date previste anche se non è ancora stato inviato il visto si stampi. Non viene consegnato alcun "visto si stampi" in caso di fornitura di originali pronti per la stampa.

11 Difetti dovuti alla stampa. Si declina ogni responsabilità per le inserzioni che non possono essere pubblicate in modo impeccabile a causa di materiale di stampa incompleto o inadatto (quadri o linee troppo sottili, caratteri troppo piccoli, etc.), e per le differenze di colore o difetti di disponibilità, causate dalle circostanze tecniche del processo di stampa. Questo vale anche per le documentazioni di stampa la cui qualità è stata contestata dall'editore e che nonostante l'intervento non sono state sostituite con materiale adatto. In caso di colori vivi rimane riservata un adeguato margine di tolleranza per quanto riguarda le sfumature del colore.

12 Errori di stampa, che non compromettono in modo significativo né il senso né l'efficacia dei supporti pubblicitari non danno diritto uno sconto sul prezzo. Neanche l'inosservanza delle prescrizioni relative alla tipografia e l'omissione di codici d'identificazione nelle inserzioni con tagliando risposta non danno diritto ad alcuna indennità.

12.1 La redazione e l'editore applicano le regole ortografiche della lingua italiana in vigore. Le inserzioni trasmesse telefonicamente, in assenza di volontà diversa dell'inserzionista, vengono pubblicati in conformità alle nuove regole ortografiche.

12.2 Viene respinta qualsiasi responsabilità per errori di traduzione di documenti forniti in lingua straniera.

12.3 Se la pubblicazione compromette in modo significativo il senso o l'efficacia di un'inserzione vengono scontate al massimo le spese di pubblicazione della rispettiva inserzione o viene accordata una compensazione sotto forma di spazio per inserzioni di dimensione equivalente. Sono esclusi ulteriori diritti.

13 I reclami vengono accettati solo entro 10 giorni dall'emissione della fattura.

14 Fatturazione delle inserzioni. In caso di inserzioni con formato della pagina la dimensione standard viene fatturata in base alla tariffa. Per il resto valgono le prescrizioni di misurazione dell'Associazione delle Società Svizzere di Pubblicità ASSP.

15 Gli accordi sugli sconti (sconti in franchi /incarichi ripetuti) sono validi un anno per una singola ditta. Per le inserzioni dello stesso inserzionista che vengono pubblicati sotto diversi nomi o fatturati a diverse ditte, devono essere conclusi accordi per sconti separati (società affiliate etc.). Le ditte giuridicamente indipendenti devono anch'esse concludere accordi di sconto di franchi separati anche se appartengono alla stessa organizzazione di riferimento (holding). Per gli accordi conclusi tra gruppi di aziende è vincolante il regolamento dell'Associazione Svizzera di Pubblicità/Presse Romande/ASSP.

15.1 Il termine di validità degli sconti franchi e degli incarichi ripetitivi inizia al più tardi alla data della prima inserzione e per principio è di 12 mesi.

15.2 Calcolo degli sconti. Se viene superata la quantità l'inserzionista ha il diritto di farsi bonificare il corrispondente sconto a titolo retroattivo conformemente alla tariffa. La quantità non utilizzata non può

essere trasferita all'anno d'esercizio seguente. La stessa procedura viene applicata per analogia anche per un incarico ripetuto.

15.3 Le inserzioni complementari beneficiano di uno sconto del 50%. L'editore si riserva il diritto di scegliere la posizione e di rinviare la pubblicazione (di qualche settimana).

16 Consegna dei giustificativi. Su richiesta vengono consegnati gratuitamente due giustificativi. Ulteriori giustificativi vengono fatturati.

17 Condizioni di pagamento. Fatta riserva di un accordo contrario le fatture devono essere pagate entro 30 giorni dalla ricezione senza sconto. Gli sconti non autorizzati saranno fatturati in seguito.

17.1 In caso di ritardo di pagamento viene fatturata una tassa di sollecito di CHF 10.- e un interesse di mora del 6%. In caso di esecuzione, di moratoria o di fallimento l'inserzionista perde il diritto agli sconti e alle commissioni per intermediari. Le commissioni per intermediari già pagate vengono rifatturate. Inoltre viene fatturato il 5% dell'importo scoperto di tasse amministrative (almeno CHF 50.- e al massimo CHF 300.00.-).

17.2 L'editore si riserva in qualsiasi momento il diritto di verificare la solvibilità degli inserzionisti o degli intermediari pubblicitari.

18 Modifiche alle CGC. L'editore ha il diritto di modificare in qualsiasi momento queste CGC. Le CGC modificate entrano in vigore contemporaneamente per tutti gli inserzionisti e vengono applicate anche per gli incarichi pubblicitari correnti

19 Le modifiche alle tariffe rimangono riservate. Entrano in vigore contemporaneamente per tutti gli inserzionisti e vengono applicate anche per gli incarichi correnti. L'inserzionista ha tuttavia il diritto di recedere il contratto entro 2 settimane dalla comunicazione scritta dei nuovi prezzi. In questo caso ha diritto ad uno sconto corrispondente al volume pubblicitario effettivamente utilizzato in base alla scala degli sconti in vigore.

20 Cessazione anticipata del contratto. Se un organo inserzionista interrompe la pubblicazione durante il periodo del contratto, l'editore può recedere dal contratto senza obbligo di sostituzione. Una cessazione anticipata del contratto non esonera l'inserzionista dal pagamento delle inserzioni pubblicate. Non vengono eseguiti addebiti ulteriori di sconti ma effettuati bonifici a patto che al momento della cessazione del contratto sia stato raggiunto un livello di sconto superiore.

21. Diritto applicabile e foro competente. Questo contratto è soggetto al diritto materiale svizzero. Foro competente è Zurigo

Tutti i prezzi sono indicati senza l'imposta sul valore aggiunto dell'7,7%
Le presenti CGC sono in vigore dal 09.01.2012