

CGC per la pubblicità online

1. Applicabilità/parti contraenti. Le CGC per la pubblicità online regolano i rapporti contrattuali tra l'inserzionista e la Federazione delle Cooperative Migros (di seguito denominata "editore") per incarichi pubblicitari per i siti dell'editore (salvo diversamente concordato per iscritto, in caso di accordi scritti le presenti CGC vengono applicate a integrazione di tali accordi).

Per "incarico pubblicitario" si intende l'ordine dell'inserzionista per la pubblicazione di uno o più mezzi pubblicitari sui siti dell'editore o l'acquisto di una pubblicità nella newsletter. Sono da considerarsi elementi contrattuali integranti delle presenti CGC le regole pubblicate online dall'editore o altrimenti comunicate all'inserzionista in modo adeguato (per es. tramite e-mail o per iscritto) che, con riferimento agli incarichi pubblicitari per i singoli siti web dell'editore, specificano in modo più dettagliato i diritti e i doveri delle parti, gli spazi pubblicitari disponibili nonché lo svolgimento, il contenuto, il prezzo e il disbrigo degli incarichi pubblicitari. Elemento integrante del contratto è in particolare la tariffa del sito su cui si acquista lo spazio pubblicitario.

2. L'assegnazione, la modifica e la sospensione degli incarichi pubblicitari necessitano della forma scritta, ma nell'ambito delle presenti CGC un fax o una e-mail inviati al reparto vendite soddisfano già il requisito della forma scritta. Salvo accordi individuali contrari, la stipula del contratto avviene di principio solo tramite la rispettiva offerta scritta da parte dell'inserzionista, l'invio del formulario d'ordine firmato, un relativo testo e la successiva accettazione dell'incarico pubblicitario da parte dell'editore tramite conferma scritta dell'ordine.

In caso di annullamento di incarichi pubblicitari da parte dell'inserzionista con un preavviso sull'inizio della campagna pubblicitaria pari o inferiore a tre (3) giorni lavorativi deve essere corrisposto il 100% del prezzo. Differimenti sono possibili con riserva delle capacità esistenti. Per gli advertorial non pubblicati ci permettiamo di fatturare le prestazioni lavorative che sono state necessarie per la loro preparazione. Per la nuova pubblicazione valgono le rispettive attuali condizioni e i rispettivi attuali prezzi pubblicati sui siti dell'editore. L'editore non si assume alcuna responsabilità in caso di errori nella trasmissione, modifiche o sospensione degli incarichi pubblicitari.

3. Volume minimo di acquisto. Eventuali volumi minimi di acquisto determinanti per l'assegnazione degli incarichi pubblicitari sono fissati nella tariffa.

4. Le preferenze di posizionamento vengono accettate senza impegno. L'editore si riserva di spostare gli incarichi pubblicitari per motivi tecnici, senza dover consultare l'inserzionista.

4.1. Per le richieste relative al posizionamento non regolamentate dalle tariffe viene applicato un supplemento. Diventano vincolanti solo previo accordo e conferma.

4.2. Se per motivi di carattere editoriale non è possibile rispettare un posizionamento confermato, l'inserzionista verrà se possibile informato anticipatamente.

4.3. La mancata pubblicazione di un mezzo pubblicitario, la pubblicazione in sede o in data diversa come pure la comparsa ritardata a causa di problemi tecnici non autorizzano alla rivendicazione di alcun diritto di risarcimento danni.

4.4. L'esclusione della concorrenza non è possibile.

5. Pubblicazione dei mezzi pubblicitari. L'editore si riserva in qualsiasi momento il diritto di richiedere modifiche del mezzo pubblicitario oppure di rifiutare o sospendere mezzi o incarichi pubblicitari, senza doverne indicare le ragioni.

5.1 Servizi online (Internet in particolare). L'inserzionista permette all'editore, fino a nuovo avviso, di inserire i mezzi pubblicitari nei propri servizi online o di pubblicarli in altro modo e di elaborarli a tale scopo. L'editore si impegna a rispettare le disposizioni sulla protezione dei dati, ma non può garantire completamente la riservatezza, l'integrità, l'autenticità e la disponibilità dei dati personali. L'inserzionista prende atto del fatto che i dati personali possono essere accessibili anche in stati in cui non vigono disposizioni sulla protezione dei dati simili a quelle della Svizzera. L'inserzionista acconsente che i mezzi pubblicitari inseriti dall'editore nei servizi online o da lui pubblicati in altro modo non siano liberamente disponibili a terzi. L'inserzionista proibisce in particolare a terzi di rilevare i mezzi pubblicitari dai servizi online senza l'autorizzazione dell'editore e trasmette a quest'ultimo il diritto di proibire con gli strumenti adeguati qualsiasi tipo di utilizzazione ed elaborazione di tali mezzi pubblicitari.

6. La pubblicità di natura politica, volta in modo evidente a formare o a influenzare l'opinione pubblica in vista di elezioni o di votazioni deve essere pubblicata con un anticipo sulla data delle votazioni tale da

permettere anche alla controparte di pubblicare messaggi pubblicitari prima della data delle elezioni o della votazione. Per il resto valgono le direttive dell'editore.

7. La pubblicazione di articoli redazionali non può costituire una condizione per l'assegnazione di incarichi pubblicitari.

8. Responsabilità per i mezzi pubblicitari. L'inserzionista è responsabile di ogni utilizzo del servizio tramite il suo conto, ed eventualmente anche dell'utilizzo da parte di terzi. L'inserzionista è responsabile del contenuto dei mezzi pubblicitari. È tenuto a rispettare le vigenti disposizioni di legge, direttive e regole delle associazioni settoriali e a non violare i diritti di terzi e, nei limiti previsti dalla legge, libera l'editore, i suoi organi e i suoi ausiliari da qualsiasi pretesa da parte di terzi. Se l'editore viene citato in giudizio, l'inserzionista è obbligato a intervenire nel processo dopo la denuncia della causa. L'inserzionista è in ogni caso obbligato ad assumersi tutte le spese legali giudiziarie ed extragiudiziarie risultanti dalle pretese di terzi o dalla procedura delle autorità.

9. Diritto di rettifica. Le richieste di rettifica relative ai mezzi pubblicitari vengono trattate dall'editore, ove possibile, d'intesa con l'inserzionista. Se l'editore viene citato in giudizio, l'inserzionista è obbligato a intervenire nel processo dopo la denuncia della causa. L'inserzionista è in ogni caso obbligato ad assumersi tutte le spese legali giudiziarie ed extragiudiziarie risultanti da una richiesta di rettifica.

10. Disposizioni relative al layout possono essere accettate nei limiti delle possibilità tecniche. I mezzi pubblicitari devono essere chiaramente riconoscibili come tali per i lettori e si devono poter distinguere dalla parte redazionale grazie a un layout e a caratteri differenti. L'editore si riserva inoltre il diritto di contrassegnarli aggiungendo il titolo "inserzione", "annuncio", "pubblicità" o "reportage pubblicitario". Il logo o il nome dell'editore, dei prodotti e dei siti web dell'editore possono essere utilizzati nei mezzi pubblicitari solo previa autorizzazione scritta dell'editore.

11. La consegna dei mezzi pubblicitari deve avvenire al più tardi entro la scadenza indicata nella tariffa, altrimenti non potranno essere pubblicati per la data concordata.

12. Guasti, errori, difetti/garanzia/ responsabilità dell'editore. L'editore si sforza di assicurare la migliore riproduzione possibile dei mezzi pubblicitari conformemente ai comuni standard della tecnica e si impegna ad eliminare il più velocemente possibile guasti, errori e difetti. All'inserzionista è noto che allo stato attuale della tecnica non è possibile offrire in qualsiasi momento la disponibilità dei sistemi e fornire sempre una riproduzione esente da errori. L'editore non garantisce la disponibilità e l'assenza di errori, difetti o guasti. Tranne che nei casi di colpa grave o di dolo viene esclusa qualsiasi responsabilità da parte dell'editore. La responsabilità è esclusa in generale per gli ausiliari dell'editore. La responsabilità in caso di danno è inoltre limitata ai danni diretti e al massimo al rimborso dell'importo pagato dall'inserzionista per l'incarico pubblicitario in questione o a un corrispondente accredito per la pubblicazione di mezzi pubblicitari.

L'editore non si assume la responsabilità in particolare se i difetti: sono solo irrilevanti e ad esempio non compromettono in modo significativo né il senso né l'efficacia dei mezzi pubblicitari; sono causati da guasti alle reti di comunicazione (ad es. da un'interruzione delle linee o dell'erogazione di corrente elettrica); se sono causati dall'utilizzo di un software/hardware non adatto del lettore (ad es. il browser); se si verificano presso terzi o presso l'editore in seguito a una disfunzione dei computer o dei software causata da guasti dei sistemi o delle linee.

Se il guasto è provocato dal server pubblicitario e si protrae per un periodo rilevante di oltre il 10% del tempo riservato a una prenotazione fissa per un determinato orario, l'editore proverà a fornire nuovamente la prestazione mediatica annullata o a prolungare il periodo d'inserzione, se ciò è nell'interesse dell'inserzionista. Se il guasto al server pubblicitario non influisce sul numero di impressioni della pubblicità che viene ugualmente raggiunto, non ci sarà alcuna fornitura supplementare e alcun prolungamento. Nel caso in cui una fornitura supplementare non dovesse andare a buon fine durante il periodo d'inserzione inizialmente riservato o prolungato, l'inserzionista non è più obbligato a pagare le prestazioni dei media che non sono state realizzate o mediamente non fornite durante tale periodo.

Ulteriori pretese sono escluse anche in questo caso.

In particolare l'editore non può assumersi alcuna responsabilità per i mezzi pubblicitari che appaiono con difetti dovuti a modelli di layout per la pubblicazione difettosi o inadatti (quadri o linee troppo sottili, scritta troppo piccola) e per le differenze riconducibili alla tecnica del processo di pubblicazione (ad es. la non conformità della resa dei colori). Questo vale anche per i modelli di layout per la pubblicazione la cui

qualità è stata contestata dall'editore e che nonostante il suo intervento non sono stati sostituiti con materiale ineccepibile.

La redazione e l'editore applicano le regole ortografiche della lingua italiana in vigore. I reportage pubblicitari elaborati dall'editore vengono pubblicati conformemente alle direttive attuali, senza espressa richiesta del committente. L'editore non si assume alcuna responsabilità per gli errori di traduzione di modelli di layout forniti in lingue straniere.

13. Reclami. L'inserzionista è tenuto a controllare il mezzo pubblicitario subito dopo la prima pubblicazione e a contestare immediatamente eventuali difetti. Il termine per i reclami in caso di difetti apparenti decorre a partire dalla pubblicazione del mezzo pubblicitario, che deve essere controllato al fine di rilevare la presenza di eventuali difetti, e termina al più tardi dopo la fornitura del 20% della prestazione mediatica prenotata. Se l'inserzionista non contesta immediatamente i difetti, l'esecuzione dell'incarico è da considerarsi autorizzata. Reclami riguardanti la fatturazione vengono accettati solo entro 10 giorni dall'emissione della fattura.

14. La fatturazione dei mezzi pubblicitari avviene in base alla tariffa. Se vengono eseguite misurazioni ad es. delle "page impression" sono determinanti le misurazioni e le letture del contatore dell'editore.

15. Sconti. Vengono applicati gli sconti secondo la tariffa.

16. Condizioni di pagamento. Salvo accordi contrari le fatture devono essere pagate entro 30 giorni senza sconto. Gli sconti detratti illegittimamente verranno recuperati in seguito.

16.1 In caso di ritardo nel pagamento vengono fatturati una tassa di sollecito di fr. 10.- e un interesse di mora del 6%. In caso di esecuzione per debiti, di moratoria o di fallimento vengono annullati gli sconti e le commissioni per gli intermediari. Delle commissioni per intermediari già pagate verrà richiesta la restituzione. Inoltre viene fatturato il 5% dell'importo scoperto per spese amministrative (almeno fr. 50.- e al massimo fr. 300.-).

16.2 L'editore si riserva in qualsiasi momento il diritto di verificare la solvibilità degli inserzionisti.

16.3 Foro competente e diritto applicabile. Questo contratto è soggetto al diritto materiale svizzero. Il foro competente è Zurigo.

17. Modifiche delle CGC; modifiche delle tariffe. L'editore ha il diritto di modificare in qualsiasi momento le presenti condizioni d'inserzione, le tariffe, come pure eventuali altri regolamenti. Le condizioni d'inserzione, i regolamenti e le tariffe modificati entrano in vigore contemporaneamente per tutti gli inserzionisti e vengono applicati anche per gli incarichi pubblicitari correnti. In caso di modifica dei prezzi l'inserzionista ha tuttavia il diritto di recedere dal contratto entro 2 settimane dalla comunicazione scritta dei nuovi prezzi. In questo caso ha unicamente diritto al rimborso delle prestazioni mediatiche non ancora fornite fino al momento in questione e al rispettivo sconto basato sulla tariffa delle prestazioni mediatiche effettivamente ricevute. L'editore è libero di modificare in qualsiasi momento in particolare gli spazi pubblicitari messi a disposizione per l'acquisto o di rimuovere completamente o in parte spazi pubblicitari dall'offerta. Se l'editore apporta modifiche significative agli spazi pubblicitari già acquistati o li sospende durante il periodo di tempo previsto per l'inserzione, verrà accordato all'inserzionista un accredito per le prestazioni mediatiche non ancora fornite al momento dell'entrata in vigore della nuova regolamentazione, che potrà essere utilizzato subito per l'acquisto degli spazi pubblicitari modificati o di altri spazi pubblicitari presenti sullo stesso sito web.

18. Esclusione delle CGC dell'inserzionista. Eventuali condizioni generali di contratto (denominate "CGC") dell'inserzionista sono escluse anche se l'inserzionista fa riferimento alle proprie CGC e l'editore omette di opporsi espressamente o di escludere (di nuovo) espressamente le CGC dell'inserzionista.

19. Risoluzione anticipata del contratto. Se un organo inserzionista interrompe la pubblicazione durante la durata del contratto, l'editore può recedere dal contratto senza obbligo di sostituzione. Una cessazione anticipata del contratto non esonera l'inserzionista dal pagamento dei mezzi pubblicitari pubblicati. Non vengono eseguiti addebiti ulteriori di sconti ma effettuati bonifici a condizione che al momento della cessazione del contratto sia stato raggiunto un livello di sconto superiore.

Tutti i prezzi sono da intendersi al netto dell'imposta sul valore aggiunto del 7,7%.
Le presenti CGC sono in vigore dal 9.01.2012.