

# SAVOIR FAIRE

Come gli imprenditori creano il futuro

*La nuova rivista economica svizzera di Raiffeisen*

Dati mediatici 2018



Mercato pubblicitario

**kö media**  
mit Leidenschaft

Kömedia AG  
Geltenwilenstrasse 8a, 9001 San Gallo  
Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93  
info@koimedia.ch, www.kömedia.ch

# Filosofia



## Peculiarità

Raiffeisen sta rafforzando la sua presenza nel settore della clientela aziendale e ha lanciato la rivista di economica SAVOIR FAIRE, edita in tre lingue e in formato cartaceo a circa 78'000 clienti aziendali. Il periodico è rivolto ai CEO e ai dirigenti di PMI, con un focus particolare sulle imprese con 50 collaboratori. La rivista punta a coinvolgere aziende di ogni dimensione da numerosi settori di tutte le regioni. Per approfondire alcuni argomenti saranno inoltre disponibili contenuti online come filmati, serie di immagini e reportage. La rivista dà espressione al nostro orgoglio per il vasto panorama di PMI in Svizzera, spina dorsale dell'economia.

## Approccio giornalistico

Nell'elaborazione dei contenuti gli autori persegono un approccio giornalistico. La rivista ospita inoltre i contributi di giornalisti economici affermati. Storie di successo, argomenti di rilievo economico e suggerimenti utili per la realtà quotidiana delle PMI conferiscono alla rivista un'elevata credibilità agli occhi dei lettori. Grazie a testi brevi, accompagnati da una vasta selezione di immagini, il layout risulta semplice e snello. Le infografiche e le colonne informative sono ideali per una lettura rapida.

## Clientela aziendale

Quasi 160'000 clienti aziendali in Svizzera si affidano alle Banche Raiffeisen. Da anni Raiffeisen punta a una crescita qualitativa che evidenzia il suo ruolo di importante partner per le PMI. La clientela aziendale è in gran parte costituita da piccole imprese operanti nel contesto locale delle Banche Raiffeisen. I crediti alla clientela aziendale vengono concessi a partner commerciali con buona solvibilità.

Vicina alle imprese  
svizzere

# Temi



## #01/2018: Efficienza

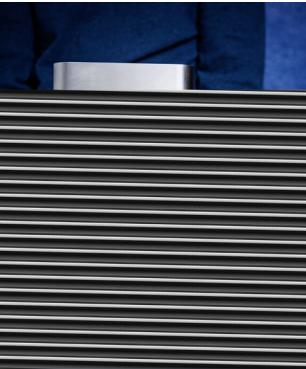
Concentrarsi sulle competenze chiave e avere più tempo per la creatività!

## #02/2018: Nuovo inizio

Imprenditrici e imprenditori che si reinventano liberandosi dalle vecchie consuetudini, osando cose nuove.

## #03/2018: Svizzera ed estero

Imprese svizzere che osano stabilirsi all'estero o che riescono a procurarsi i clienti esteri in Svizzera.

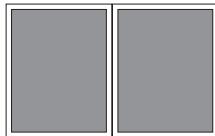


Rilevante e approfondito

# Prezzi e formati

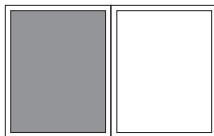
Validi dal 1.1.2018

**Formato della rivista:** 210 x 297 mm / inserzioni possibili solo in luce di composizione (margini bianco di 5 mm)



## Doppia pagina

|               |          |
|---------------|----------|
| 410 x 287 mm  | 14'000.– |
| Prezzo totale | 14'000.– |
| Prezzo D      | 9'000.–  |
| Prezzo F      | 3'000.–  |
| Prezzo I      | 2'500.–  |
| Prezzo D/F    | 12'000.– |
| Prezzo F/I    | 4'400.–  |



## Pagina intera

|               |         |
|---------------|---------|
| 195 x 287 mm  | 9'500.– |
| Prezzo totale | 9'500.– |
| Prezzo D      | 6'500.– |
| Prezzo F      | 2'000.– |
| Prezzo I      | 1'500.– |
| Prezzo D/F    | 8'000.– |
| Prezzo F/I    | 3'900.– |



## Mezza pagina

|               |         |
|---------------|---------|
| 195 x 140 mm  | 5'000.– |
| Prezzo totale | 5'000.– |
| Prezzo D      | 2'900.– |
| Prezzo F      | 1'750.– |
| Prezzo I      | 900.–   |
| Prezzo D/F    | 4'800.– |
| Prezzo F/I    | 1'500.– |

## Sconti

- Sconto di ripetizione  
2 x 5%, 4 x 15%

## Commissione consulenti

- 5% del netto/netto

## Allegati

- Su richiesta

Prezzi delle inserzioni in CHF più imposta sul valore aggiunto 7.7% / corso dell'euro secondo la contabilità (Condizioni generali di affari in tedesco su [www.komedia.ch](http://www.komedia.ch))

# Dati tecnici

## Tre edizioni linguistiche

La nuova rivista economica svizzera di Raiffeisen viene pubblicata in tre versioni linguistiche distinte: tedesco, francese e italiano.

|                                 |              |
|---------------------------------|--------------|
| <b>Tiratura (edizione 1/18)</b> | 78'000 copie |
| <b>di cui in tedesco</b>        | 47'000 copie |
| <b>di cui in francese</b>       | 23'500 copie |
| <b>di cui in italiano</b>       | 7'500 copie  |

**Materiale stampato:** print PDF 300 dpi

**Stampa:** quadricromia, profilo Euroscale

**Carta:** (FSC): Arctic Volume white

**Lavorazione:** rilegatura a colla

**Distribuzione:** invio tramite la Posta svizzera ai clienti aziendali

**Trasmissione dati:** Komedia AG, Geltenwilenstrasse 8a,  
9001 San Gallo, tel. 071 226 92 92  
Igor Molinario, i.molinario@komedia.ch

# Condizioni generali d'affari

## 1. Concetto e forma del contratto per le inserzioni

Con la stipula di un contratto per le inserzioni Komedia AG (di seguito editore) si impegna a fare pubblicare nella pubblicazione menzionata una o più inserzioni, per le quali il cliente deve pagare il relativo prezzo. In linea di massima i contratti per le inserzioni vengono stipulati in forma scritta. Sono equiparati alla forma scritta, e come tali formalmente validi, e-mail, fax e simili. Oltre alle ordinazioni, anche le modifiche o le dislettate delle inserzioni devono avvenire per iscritto.

## 2. Ruolo delle CGA

Determinanti per la regolamentazione del rapporto contrattuale sono principalmente le seguenti Condizioni generali di affari (CGA). Eventuali accordi individuali scritti prevalgono sulle presenti CGA. Per contro le presenti CGA prevalgono su eventuali contratti o addendi di clausole contrattuali che per uneventuali afferze a diritti degli clienti siano conclusi dopo la data di stipula della prima inserzione. Il cliente non ha diritto di obbligo di pagare la tariffa per le inserzioni (e/o intermediario incaricato del cliente, a meno che l'agenzia / l'intermediario le non un inserzione finale) sia cliente o nel caso in cui agisca quale scrittulo del cliente (in quest'ultimo caso solo se il cliente viene citato espressamente).

## 3. Base per la configurazione del prezzo delle inserzioni

Si applicano le tariffe in conformità agli attuali dati mediatici. I prezzi delle inserzioni si intendono sempre al netto dell'affatturato imposto sul valore aggiunto. Prestazioni supplementari come l'allestimento di documenti di stampa, la configurazione delle inserzioni, i modelli di testo, le traduzioni, i calcoli mediali e le analisi ecc., che superano il livello normale (p.es. piani di distribuzione semplici, calcoli dei costi ecc.) vengono conteggiati alle tariffe consuite del settore. Il calcolo delle inserzioni avviene in linea di massima in base alle dimensioni pubblicitarie. Oggetto del calcolo è sempre calcolato complesso. Come base di calcolo per la somma esatta delle pagine pubblicitarie online nonché per il conteggio delle stesse si utilizza la valutazione del tool di Ad-Management dell'editore. Il cliente non ha alcun diritto a informazioni statistiche che esulano da quanto necessario per il conteggio.

## 4. Rifiuto delle inserzioni

L'editore ha il diritto di respingere le inserzioni senza l'obbligo di indicarne il motivo. Da questo non può riuscire alcun diritto di risarcimento danni. La stipula del contratto comprende unicamente le inserzioni accettate dall'editore.

## 5. Stipule per quantità e ordini ricorrenti

Le stipule per quantità sono l'accordo di determinati volumi di inserzioni espressi in quantità (millimetri o pagina intera o mezza pagina ecc.) o in franchi nel corso di un determinato periodo. Gli ordini ricorrenti sono ordini per inserzioni che vengono pubblicate invariata in date prestabilite in anticipo. Le stipule per quantità e gli ordini ricorrenti sono ammessi in linea di principio solo per le inserzioni di un singolo cliente. Per inserzioni di uno stesso committente dal punto di vista economico, che non sono separate da ordini per conto di diversi imprese (fatture ecc.) in linea di massima vanno stipulati ordini per ordini di sconto separati. È fatta riserva per le dipendenze a livello di Gruppo, che vengono concordate in modo specifico, al riguardo l'editore tiene conto degli standard consueti del settore. La durata delle stipule per quantità e degli ordini ricorrenti, in assenza di diverso accordo, inizia al più tardi con la data della prima inserzione. In linea di principio questa è pari a 12 mesi, nel caso di una prima inserzione entro il 15° giorno del mese, questo viene conteggiato.

## 6. Sconti

Per ogni stipula per quantità il cliente ha diritto a uno sconto tariffario (cfr. al proposito le informazioni nei dati mediatici). Lo sconto di ripetizione viene concesso per ordini che contengono il numero di inserzioni conforme alle disposizioni dello sconto (entro 12 mesi). Le dimensioni non possono venire modificate. I testi e gli oggetti si possono modificare solo se si tratta di materiale di stampa completo. Gli accordi sulla sconta con clienti con cui si è stipulato un solo o complessivo accordo di sconto, che non è più valido, sono automaticamente annullati. Per il collocamento del cliente vengono accettate solo in modo non vincolante. Per le inserzioni con nome di collocamento fissi si applica un supplemento di collocamento, se accettate per iscritto dall'editore. Su speciale richiesta del cliente l'esclusione della concorrenza è possibile e viene calcolata a parte. Se per motivi tecnici l'inserzione viene pubblicata in un'altra sede rispetto a quella prescritta o richiesta, non è possibile né rifiutare il pagamento né si possono avanzare diritti di garanzia o di risarcimento danni per tale ragione. In questo caso tuttavia non viene più applicato il supplemento per il collocamento. Dopo la stipula del contratto sono possibili variazioni solo al più tardi entro il decimo giorno lavorativo (per le pubblicazioni online il terzo) prima della relativa pubblicazione. Una richiesta di variazione deve essere rivolta per iscritto all'editore prima dei termini indicati (data di arrivo presso l'editore). Anche per variazioni entro i termini sono dovuti tutti i costi supplementari inseriti in tal modo per l'editore.

Il cliente ottiene un addebito successivo nell'ambito delle disposizioni sullo sconto. In caso di disdetta da parte del cliente in seguito a variazioni delle tariffe (cfr. punto 15), quest'ha diritto allo sconto che secondo le disposizioni in materia di sconto corrisponde alla quantità effettivamente acquistata.

## 7. Doveri del cliente

Il materiale fornito per le inserzioni stampate e per i modelli online deve essere conforme alle norme tecniche dell'editore (cfr. anche dati mediatici). La trasmissione avviene a rischio del cliente. Per le stipe di inserzioni valgono le indicazioni presenti nei dati mediatici e nelle rispettive edizioni. In caso di pubblicazioni online il cliente si impegna a mettere l'inserzione a disposizione al più tardi il terzo giorno lavorativo prima della prima data di pubblicazione. Il cliente deve garantire che il materiale di stampa sia conforme alle norme tecniche (quali proprietà intellettuale del cliente e simili), nella misura necessaria alla soddisfazione del contratto. Il cliente concede inoltre all'editore, se necessario ai fini della soddisfazione del contratto, di utilizzare i mezzi pubblicitari (compresi tutti i contenuti creativi), di copiarli, archiviarli nelle cache, indirizzarli, salvare, riprodurli, modificare, visualizzarli, trasmetterli, vendervi o simili. In particolare acconsente che l'editore possa integrare o in qualche modo o pubblicare le inserzioni sui servizi online propri e di terzi e che l'elabore a tale scopo. L'editore può fatturare completamente il pagamento dovuto per le inserzioni concordate o prenotate se l'inserzione per ragioni imputabili al cliente non può essere pubblicata o non può essere pubblicata correttamente (per es. in caso di identificazione tarda mancata o errata o di modifica successiva). Al cliente si possono fatturare anche le inserzioni per ragioni imputabili all'editore.

## 8. Adempimento: Informazioni generali, configurazione

Luglio di adempimento per entrambe le parti contrattuali è San Gallo. L'editore è autorizzato a consultare operatori, subappaltatori e simili per l'adempimento del contratto. Le inserzioni devono essere chiaramente riconoscibili come tali dal lettore e devono poter essere distinte dalla sezione redazionale per configurazione e scrittura. L'editore si riserva il diritto di apporre un'identificazione supplementare mediante un titolo «inserzione», «annuncio», «pubblicità» o «publ'reportage», e il cliente si dichiara d'accordo. Il cliente acconsente quindi che le inserzioni, che vengono stampate dall'editore, integrate sui servizi online o pubblicate in qualche altro modo, non siano liberamente disponibili a tutti. Il cliente trasferisce all'editore il diritto (tuttavia non lo dovere) di proibire con gli strumenti adatti qualsiasi utilizzo ed elaborazione in qualche modo distorsivo da parte di terzi non autorizzati. Il materiale di stampa può essere specificamente indicato da parte di terzi non autorizzati. L'agenzia / l'intermediario non può rivendicare alcun diritto di garanzia, risarcimento danni o altri diritti nei confronti dell'editore, qualora gli inserzionisti finali stipulino contratti di inserzione direttamente con l'editore. Il cliente non ha diritto di obbligo di restituire senza detrazione di sconti. In caso di risoluzione del contratto in seguito a ritardo di pagamento si estinguono tutte le autorizzazioni di sconto o altre condizioni preferenziali, in particolare i pagamenti di provvigioni, per tutte le fatture non saldate. È possibile richiedere il rimborso di eventuali pagamenti di provvigioni o altri pagamenti di bonus effettuati. Per questi sconti si provvede a una faturazione successiva. Se le fatture non vengono pagate entro 30 giorni netti, è possibile calcolare un interesse di mora di almeno il 5 per cento, con riserva di altri diritti di risarcimento danni (cfr. art. 104 ss del Codice delle obbligazioni svizzero (CO)). Non è necessario un sollecito. Per eventuali conseguenze di mora si applica l'art. 107 CO. Se al momento della stipula si ritiene che il pagamento non sarà garantito o che non sarà possibile garantire il pagamento entro i termini previsti, il cliente deve informare l'editore. In questo caso l'editore non è stato effettuato alcun pagamento, l'editore ha inoltre il diritto alla disdetta senza preavviso (cfr. punto 14). In caso di mera l'editore è inoltre autorizzato a omettere l'eventuale pubblicazione in corso di altre inserzioni prenotate. Tutte le misure necessarie per la riscossione dei mancati pagamenti, in particolare i costi del coinvolgimento di terzi, sono a carico del cliente indeprendibile.

## 9. Particolari dilazioni, richieste e norme di collocamento

Per molti tecnici l'editore può riservarsi la possibilità di anticipare o ritardare di un'edizione le inserzioni previste per determinate date, ma per il loro contenuto non vincolante a un periodo. Se un'inserzione non vincolata a un periodo viene pubblicata in un'altra data, non è possibile richiedere il rimborso del pagamento né la restituzione di garanzia o di risarcimento danni per tale ragione. Per il collocamento del cliente vengono accettate solo in modo non vincolante. Per le inserzioni con nome di collocamento fissi si applica un supplemento di collocamento, se accettate per iscritto dall'editore. Su speciale richiesta del cliente l'esclusione della concorrenza è possibile e viene calcolata a parte. Se per motivi tecnici l'inserzione viene pubblicata in un'altra sede rispetto a quella prescritta o richiesta, non è possibile né rifiutare il pagamento né si possono avanzare diritti di garanzia o di risarcimento danni per tale ragione. In questo caso tuttavia non viene più applicato il supplemento per il collocamento. Dopo la stipula del contratto sono possibili variazioni solo al più tardi entro il decimo giorno lavorativo (per le pubblicazioni online il terzo) prima della relativa pubblicazione. Una richiesta di variazione deve essere rivolta per iscritto all'editore prima dei termini indicati (data di arrivo presso l'editore). Anche per variazioni entro i termini sono dovuti tutti i costi supplementari inseriti in tal modo per l'editore. L'esclusione della responsabilità in caso di negligenza grave e dolosa vale anche

stipula, il cliente si assume unicamente la responsabilità in caso di una violazione delle norme e dei diritti di terzi. Se un'azione avanza pretese contro l'editore a causa del contenuto dell'inserzione, e precisamente per (supposta) violazione del diritto di concorrenza, sui beni immateriali, sulla personalità o sulla protezione dei dati, il cliente si impegna a difenderne l'editore da ogni responsabilità. Il cliente non ha diritti di sospensione, di blocco o di cancellazione delle inserzioni in linea di massima, a meno che l'agenzia / l'intermediario le non un inserzione finale sia cliente o nel caso in cui agisca quale scrittulo del cliente (in quest'ultimo caso solo se il cliente viene citato espressamente).

## 10. Rispetto delle norme e dei diritti di terzi

Fatta riserva di eventuali diverse norme giuridiche vincolanti, il cliente si assume la totale responsabilità che un'inserzione sia conforme alle norme giuridiche applicabili, ai diritti di terzi e a eventuali regole delle rispettive associazioni di settore, il cliente si assume unicamente la responsabilità in caso di una violazione delle norme e dei diritti di terzi. Se un'azione avanza pretese contro l'editore a causa del contenuto dell'inserzione, e precisamente per (supposta) violazione del diritto di concorrenza, sui beni immateriali, sulla personalità o sulla protezione dei dati, il cliente si impegna a difenderne l'editore da ogni responsabilità. Il cliente non ha diritti di sospensione, di blocco o di cancellazione delle inserzioni in linea di massima, a meno che l'agenzia / l'intermediario le non un inserzione finale sia cliente o nel caso in cui agisca quale proprietà intellettuale del cliente e simili), nella misura necessaria alla soddisfazione del cliente. Il cliente concede inoltre all'editore, se necessario ai fini della soddisfazione del contratto, di utilizzare i mezzi pubblicitari (compresi tutti i contenuti creativi), di copiarli, archiviarli nelle cache, indirizzarli, salvare, riprodurli, modificare, visualizzarli, trasmetterli, vendervi o simili. In particolare acconsente che l'editore possa integrare o in qualche modo o pubblicare le inserzioni sui servizi online propri e di terzi e che l'elabore a tale scopo. L'editore può fatturare completamente il pagamento dovuto per le inserzioni concordate o prenotate se l'inserzione per ragioni imputabili al cliente non può essere pubblicata o non può essere pubblicata correttamente (per es. in caso di identificazione tarda mancata o errata o di modifica successiva). Al cliente si possono fatturare anche le inserzioni per ragioni imputabili all'editore.

## 11. Protezione dei dati

L'editore si impegna a rispettare le disposizioni in materia di protezione dei dati, tuttavia non può garantire la totale riservatezza, integrità, autenticità e disponibilità dei dati personali. Il cliente prende atto del fatto che i dati personali sono richiamabili anche in stati che non conoscono alcuna disposizione in materia di protezione dei dati paragonabile a quella della Svizzera. Se all'editore vengono messi a disposizione o resi accessibili dati personali del cliente o dei suoi collaboratori o incaricati, egli può raccoglierli ed elaborarli ai fini dell'adempimento del contratto e renderli accessibili anche a terzi (p.es. subappaltatori) nella misura necessaria per l'adempimento. Per le inserzioni online, anche se la pubblicità obbedisce alle norme di privacy, l'editore consente l'utilizzo di programmi software automatizzati al fine di richiamare e analizzare le pagine web del cliente per valutare la qualità degli strumenti pubblicitari e per la consegna delle strategie pubblicitarie.

## 12. Condizioni di pagamento

Le fatture dell'editore devono essere pagate entro 30 giorni netto dalla data della fattura. L'editore è autorizzato a richiedere prestazioni anticipate. Un cliente rappresentato da un'agenzia, da un intermediario o simili può liberarsi dal suo obbligo di pagamento nei suoi confronti solo mediante il pagamento all'editore stesso. Se un'agenzia o un intermediario è cliente, trascorso infruttuosamente il termine di clazione (cfr. al riguardo il successivo 3) l'editore ha inoltre il diritto di rivolgersi direttamente all'inserzionista finale, indicando loro i mancati pagamenti dell'agenzia / dell'intermediario. L'agenzia / l'intermediario non può rivendicare alcun diritto di garanzia, risarcimento danni o altri diritti nei confronti dell'editore, qualora gli inserzionisti finali stipulino contratti di inserzione direttamente con l'editore. L'editore non ha diritti di sospensione, di blocco o di cancellazione delle inserzioni in linea di massima, a meno che l'agenzia / l'intermediario non sia cliente o nel caso in cui agisca quale proprietà intellettuale del cliente e simili), nella misura necessaria alla soddisfazione del cliente. Il cliente non ha diritti di sospensione, di blocco o di cancellazione delle inserzioni in linea di massima, a meno che l'agenzia / l'intermediario non sia cliente o nel caso in cui agisca quale proprietà intellettuale del cliente e simili), nella misura necessaria alla soddisfazione del cliente.

E' fatto riserva per le pretese di risarcimento danni dell'editore nei confronti del cliente. Il cliente non è tuttavia esonerato dall'obbligo di pagare le inserzioni già pubblicate. Nel caso di risoluzione anticipata del contratto da parte dell'editore, qualora il motivo della risoluzione non sia imputabile al cliente, restano validi i diritti allo sconto e banchi di sconto del stipula definito all'origine. Se il motivo della risoluzione è imputabile al cliente, i diritti allo sconto e altre prestazioni preferenziali decadono per tutte le fatture non ancora pagate nel momento della risoluzione (cfr. anche punto 12).

## 13. Modifiche delle CGA, clausole salvatorie, varie

L'editore è autorizzato a modificare in qualsiasi momento le presenti CGA. Le tariffe ed eventuali ulteriori regolamenti. Fatta riserva per altre diverse disposizioni, le modifiche dei regolamenti si applicano anche ai contratti in corso. Il cliente ha tuttavia il diritto di recedere dal contratto entro 10 giorni dalla notifica scritta delle nuove condizioni. In questo caso ha diritto solo allo sconto corrispondente al volume acquistato secondo le disposizioni sullo sconto in vigore fino a quel momento. Qualora una o più di una delle disposizioni delle presenti CGA dovesse essere inefficace, ciò non pregiudica la validità del resto delle disposizioni o degli accordi. Al posto della disposizione inefficace deve valere un regolamento che resulta in misura giuridicamente consentita il più conforme possibile al senso e allo scopo della disposizione inefficace. Il cliente rinuncia al diritto di richiedere una contestazione.

## 14. Foro competente, diritti applicabili

Il foro competente per entrambe le parti è esclusivamente San Gallo. Si applica il diritto svizzero, in particolare le norme del Codice svizzero delle obbligazioni (CO).

Si escludono le norme di rinvio e la Convenzione delle Nazioni Unite sui contratti di compravendita internazionale di merci.

## 15. Entrata in vigore

Le presenti CGA entrano in vigore da 01.10.2017.



Mercato pubblicitario

**kö<sup>o</sup>media**  
con passione

Kömedia AG

Ornella Assalve, Consulenza media  
o.assalve@koimedia.ch  
Geltenwilenstrasse 8a, 9001 San Gallo  
Tel. 071 226 92 70, Fax 071 226 92 93  
info@koimedia.ch, www.koimedia.ch

A cura di

**RAIFFEISEN**

Raiffeisen

Raiffeisen Svizzera società cooperativa  
Casella postale  
9001 San Gallo  
redazione@raiffeisen.ch