

SAVOIR FAIRE

Come gli imprenditori creano il futuro

La nuova rivista economica svizzera di Raiffeisen

Dati mediatici 2018



Mercato pubblicitario

kömedia
mit Leidenschaft

Kömedia AG

Geltenwilenstrasse 8a, 9001 San Gallo

Tel. 071 226 92 92, Fax 071 226 92 93

info@koemedia.ch, www.koemedia.ch

Filosofia



*Vicina alle imprese
svizzere*

Peculiarità

Raiffeisen sta rafforzando la sua presenza nel settore della clientela aziendale e ha lanciato la rivista di economia 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 perseguono 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.

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

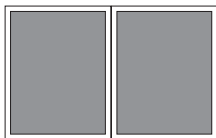
Imprese svizzere che osano stabilirsi all'estero o che riescono a procurarsi i clienti esteri in Svizzera.



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 (margine bianco di 5 mm)



Doppia pagina

410 x 287 mm

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

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

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

Edizione Data di pubblicazione Chiusura inserzioni

# 01/2018	23 febbraio 2018	19 gennaio 2018
-----------	------------------	-----------------

# 02/2018	29 giugno 2018	01 giugno 2018
-----------	----------------	----------------

# 03/2018	26 ottobre 2018	28 settembre 2018
-----------	-----------------	-------------------

Dati tecnici

Tre edizioni linguistiche

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

Tiratura (edizione 1/18)	78'000 copie
di cui in tedesco	47'000 copie
di cui in francese	23'500 copie
di cui in italiano	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: Kömedia AG, Geltenwilenstrasse 8a,
9001 San Gallo, tel. 071 226 92 92
Igor Molinaro, i.molinaro@koemedia.ch

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.koemedia.ch)

Condizioni generali d'affari

1. Concetto e forma del contratto per le inserzioni

Con la stipula di un contratto per le inserzioni (KöMedia AG) (di seguito editori) 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 ad ordinazioni, anche le modifiche o le dissoluzioni delle inserzioni devono avvenire per iscritto.

2. Ruolo delle CGA

Determinanti per la regolamentazione del rapporto contrattuale sono principalmente le seguenti Condizioni generali d'affari (CGA). Eventuali accordi individuali scritti prevalgono sulle presenti CGA. Per conto delle presenti CGA prevalgono su eventuali diverse CGA del cliente. Le CGA valgono anche per interventuali agenzie e/o intermediari incaricati dal cliente, a meno che l'agenzia / l'intermediario le non inseriscano in finale) sia cliente o nel caso in cui agisca quale sostituto 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 in controvalore fattuale imposti sul valore aggiunto. Prestazioni supplementari, come l'allestimento di documenti di stampa, la configurazione delle inserzioni, i materiali di testo, le traduzioni, i calcoli mediatici e le analisi ecc., che superano il livello normale (p.es. piani di distribuzione semplici, calcoli dei costi ecc.) vengono conteggiati alle tariffe consuete del settore. Il calcolo delle inserzioni avviene in linea di massima in base alle dimensioni pubblicitarie. Ogni millimetro iniziato viene calcolato come intero. Come base di calcolo per la corretta esecuzione delle campagne pubblicitarie online nonché per il conteggio delle stesse si utilizza la valutazione dei 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 insorgere 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'acquisto 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 invariate 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 vengono pubblicate con nomi diversi e per conto di diverse imprese (affiliate ecc.), in linea di massima vanno stipulati contratti e accordi di sconto separati. È fatta riserva per le stipule 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, a seconda di diversi accordi, 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 contro la quale il cliente ha diritto a uno sconto tariffario (cfr. al proposito le informazioni nel capitolo 1) lo sconto di ripetizione viene concesso per ordini che contengono il numero di inserzioni conformi alle disposizioni dello sconto (entro 12 mesi). Le dimensioni non possono venir modificate, i testi e gli oggetti si possono modificare solo se si tratta di materiale di stampa completo. Gli accordi sullo sconto con clienti con premi per fatturato annuo si concludono sempre con l'anno di calendario. Lo sconto, che risulta dal valore contrattuale definito al momento della stipula, si richiama del cliente può essere modificato anche nel corso della durata del contratto mediante un nuovo valore. Per valori di stipula ridotti lo sconto e i premi per il fatturato annuale vengono accreditati allo scadere dell'accordo di sconto. Se il volume delle inserzioni commesse entro il termine di un anno supera il valore stipulato previsto, lo sconto viene calcolato sul volume complessivo e al cliente viene concesso uno sconto retroattivo nell'ambito delle disposizioni in materia di sconto. Se la quantità acquistata al termine della durata non raggiunge il valore previsto alla

stipula, il cliente ottiene un addebito successivo nell'ambito delle disposizioni sullo sconto. In caso di dissoltezza da parte del cliente in seguito a variazioni delle tariffe (cfr. punto 15), questi 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 stipule 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 concede all'editore i diritti di utilizzo sul contenuto delle inserzioni (in particolare sulla proprietà intellettuale del cliente e simili), nella misura necessaria alla soddisfazione del contratto. Il cliente concede inoltre all'editore, se necessario al fine della soddisfazione del contratto, di utilizzare i mezzi pubblicitari (compresi tutti i contenuti creativi), di ospitarli, archivarli nelle cache, indirizzarli, salvarli, riprodurli, modificarli, visualizzare, trasmetterli, venderli o cederli. In particolare accettiamo che l'editore possa integrare o in qualche modo o pubblicare le inserzioni sui servizi online propri e di terzi e che le elabori 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 esempio in caso di identificazione dannata, mancata o errata di moduli di inserzione, se il cliente si possono fatturare anche eventuali spese supplementari insorte).

8. Adempimento: informazioni generali, configurazione

Luogo 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 apportare identificazione supplementare mediante un titolo «inserzione», «annuncio», «pubblicità» o «pubblicità», 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 terzi. Il cliente trasferisce all'editore il diritto (tuttavia non i doveri) di proibire con gli strumenti adatti qualsiasi utilizzo ed elaborazione in qualche modo diverso di queste inserzioni da parte di terzi non autorizzati. Il materiale di stampa privo di specifiche viene considerato materiale usa e getta, che può essere distribuito in qualsiasi modo 3 mesi dopo l'ultima data di pubblicazione. Un'eccezione vale unicamente per il materiale di stampa con carattere permanente, che deve essere consegnato dal cliente sull'ordine all'editore espressamente come «permanente». La restituzione del materiale di stampa con obbligo di restituzione avviene entro 3 mesi dopo la consegna dell'ordine. In caso di copie in formato cartaceo non è possibile garantire la restituzione a causa della possibilità di danneggiamento durante il processo di stampa.

9. Particolari difficoltà, 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 vincolato a un periodo. Se un'inserzione non vincolata a un periodo viene pubblicata in un'altra edizione, non è possibile né rifiutare il pagamento né avanzare diritti di garanzia o di risarcimento danni per tale ragione. Le richieste di collocamento del cliente vengono accettate solo in modo non vincolante. Per le inserzioni con norme di collocamento fisse 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 per variazioni 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 insorti in tal modo per l'editore.

10. Rispetto delle norme e dei diritti di terzi

Fatta riserva di eventuali diverse norme giuridiche vigenti, 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 terzo 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 esonerare l'editore da qualsiasi obbligo. Il cliente si fa carico di tutti i costi e di tutte le spese connesse con una controversia giudiziaria o extragiudiziale (in particolare spese processuali e di parte) e, in base alla richiesta dell'editore, prende parte al processo o lo gestisce al posto dell'editore (Art. 79 del Codice di procedura civile svizzero [CPC]). Sono fatte salve le pretese di risarcimento dell'editore nonché i suoi diritti di possesso e di dissoltezza (cfr. punto 14).

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 richiamati 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 dai personali del cliente o dei suoi collaboratori o incaricati, egli può raccogliere ed elaborarli ai fini dell'adempimento del contratto e renderli accessibili anche a terzi (p.es. subappaltatori nella misura necessaria per l'adempimento del contratto). Il cliente accetta espressamente per iscritto, il cliente 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 degli strumenti pubblicitari.

12. Condizioni di pagamento

Le tariffe dell'editore devono essere pagate entro 30 giorni netto dalla data 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, trascono infruttosamente il termine di dilazione (cfr. al riguardo il successivo cpo. 3). L'editore ha inoltre il diritto di rivolgere direttamente all'intermediario finale, indicando loro i mandati pagamenti dell'agenzia / dell'intermediario, 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. Tutti i prezzi per le inserzioni si intendono al netto, ovvero detrazione di sconto, in caso di risoluzione. Un contratto in seguito a cui il pagamento si estingue tutto 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 loro effetti. Per questi sconti si prevede a una fatturazione su base mensile. Se le fatture non vengono pagate entro 30 giorni netto, 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 ss. CO. Se la verifica del ritardo alle pubblicazioni di inserzioni dovesse essere oggetto dell'appalto contrattuale e se anche dopo un'unica dilazione non è stato effettuato alcun pagamento, l'editore ha inoltre il diritto alla dissoltezza senza preavviso (cfr. punto 14). In caso di mora l'editore è inoltre autorizzato a omettere l'eventuale pubblicazione in caso di altre inserzioni prenotate. Tutte le misure necessarie per la riscossione dei mandati pagamenti, in particolare i costi del coinvolgimento di terzi, sono a carico del cliente indempiente.

13. Pubblicazione errata / Mancata pubblicazione

Dell'editore si impegna a far sì che la pubblicazione delle inserzioni sia quanto più conforme possibile al consueto standard tecnico. Il cliente è consapevole del fatto che secondo lo stato della tecnica non è sempre possibile garantire la disponibilità dei sistemi e una pubblicazione priva di errori. L'editore non garantisce alcuna disponibilità e nemmeno l'assenza di errori, difetti o guasti. Per quanto riguarda le inserzioni online non è inoltre possibile garantire una qualità determinata di visualizzazioni (impressioni), pubblicazioni, conversioni o clic su uno strumento pubblicitario. Fatta eccezione per i casi di negligenza grave o atto intenzionale, si esclude qualsiasi garanzia a responsabilità da parte dell'editore. L'esclusione della responsabilità in caso di negligenza grave e dolo vale anche

nel caso di coinvolgimento di operatori o subappaltatori. Sono escluse pretese di garanzia e responsabilità nel caso di inserzioni stampate o online, che non siano conformi, anche nei materiali, alle norme tecniche del rispettivo strumento mediatico. Lo stesso vale in caso di errori nella trasmissione degli ordini pubblicitari. In caso di inserzioni stampate a colori è fatta riserva per un'adeguata tolleranza in conformità con la norma ENRA delle sfumature cromatiche. Non ci si assume alcuna responsabilità per errori di traduzione da modelli in lingua straniera. I reclami per vizi della cosa devono essere rivendicati entro 10 giorni dalla pubblicazione dell'inserzione. Trascorso questo termine la prestazione dell'editore si considera approvata. Per un'entrata pubblicazione che compromette gravemente il senso o l'effetto di un'inserzione o per un'omissione pubblicitaria si presta un risarcimento sotto forma di uno spazio di inserzione di volume pari a quello dell'inserzione errata od omessa. Se una pubblicazione non ha più ragioni d'essere (p.es. in caso di pubblicazione per un evento singolo, che nel frattempo è passato) il cliente può richiedere in alternativa il rimborso del compenso da lui già versato per la corrispondente inserzione. Nella misura consentita dalla legge si escludono ulteriori richieste di risarcimento danni (cfr. anche punti 4 e 9). Il reclamo per vizi della cosa o la contestazione di una o più voci della fattura non esonerano il cliente dall'obbligo di saldare gli importi della fattura entro i termini specificati al punto 12.

14. Risoluzione anticipata del contratto

Qualora il supporto mediatico stampato od online sospenda la propria pubblicazione nel corso della durata contrattuale, o nel caso in cui sussistano delle motivazioni importanti che rendono insostenibile l'adempimento del contratto (ad esempio: cause di forza maggiore, importanti motivi tecnici non imputabili all'editore, mancato rispetto delle norme di legge, obblighi contrattuali essenziali oppure mancato rispetto dei necessari diritti di utilizzo da parte del cliente (punto 7 cpo. 3)), l'editore può recedere dal contratto o disdirlo senza preavviso e senza alcun obbligo di garanzia e rimborso o altra conseguenza di risarcimento danni. È fatta 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 in base al valore di stipula definito all'origine. Se il motivo della risoluzione è imputabile al cliente, i diritti allo sconto o altre prestazioni preferenziali decadono per tutte le fatture non ancora pagate nel momento della risoluzione (cfr. anche punto 12).

15. Modifiche delle CGA, clausola salvatoria, varie

L'editore è autorizzato a modificare in qualsiasi momento le presenti CGA le tariffe ed eventuali ulteriori regolamenti. Fatta riserva per le 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 allo sconto corrispondente al volume acquistato secondo le disposizioni sullo sconto in vigore fino a quel momento. Qualora una o più delle disposizioni delle presenti CGA dovesse essere, o divenire inefficace, ciò non pregiudica la validità del resto delle disposizioni o degli accordi. Al posto della disposizione inefficace deve valere un regolamento che risulti in misura giuridicamente consentita il più conforme possibile al senso e allo scopo della disposizione inefficace. Il cliente rinuncia al diritto di recesso e ad eventuali controprestazioni.

16. Foro competente, diritto applicabile

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 internazionali internazionali di merc.

17. Entrata in vigore

Le presenti CGA entrano in vigore in data 01.10.2017.

Mercato pubblicitario

kömedia
con passione

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

A cura di

RAIFFEISEN

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