

## CONDIZIONI PER LE INSERZIONI SULLA STAMPA COOP 2023

**1.**

Disposizioni, modifiche o sospensioni relative agli annunci pubblicitari vanno richieste per iscritto. In caso di comunicazione telefonica, Cooperazione non si assume alcuna responsabilità per eventuali errori di comprensione o inesattezze. Il termine d'accettazione degli annunci indicato nella tariffa non vale solo per l'assegnazione degli ordini, ma è al contempo l'ultimo termine utile per sospensioni, nuove disposizioni e per la comunicazione di correzioni.

**2.**

Pubblicazione degli annunci. Il committente è l'unico responsabile per il contenuto di un annuncio. Il committente risponde per eventuali pretese di terzi nei confronti dell'editore per qualsiasi ragione giuridica (ad esempio lesione della personalità, concorrenza sleale, violazione dei diritti d'autore, diritti del marchio o altri diritti di protezione), comprese le rispettive spese legali. L'editore si riserva di rifiutare annunci in base al contenuto, l'origine o la forma tecnica conformemente ai principi editoriali applicati e di esigere che le inserzioni correnti vengano modificate o che ne venga sospesa la pubblicazione. Gli annunci per i quali vengono richiesti come pagamento anticipato per la rispettiva prestazione denaro in banconote o monete, francobolli, ecc. devono essere provvisti del contrassegno «per lettera raccomandata». Se questo contrassegno manca, viene applicato automaticamente.

Gli annunci di testo devono differenziarsi dalla parte redazionale per quanto riguarda il numero di colonne, i caratteri e il punto tipografico. Tutti gli annunci possono essere contrassegnati dall'editore con il titolo «inserzione» che li designa chiaramente come tali. Nel testo dell'annuncio non è ammesso fare riferimento alla testata stessa e ai suoi lettori.

**3.**

L'inserzionista o agente pubblicitario vieta a terzi di riprendere le inserzioni su pagine online e trasferisce all'editore il diritto di trattare con i mezzi adeguati ogni eventuale violazione in tal senso.

**4.**

Diritto di risposta. L'inserzionista si fa carico dei costi di un'eventuale risposta, incluse tutte le spese legali derivanti. Spetta esclusivamente all'editore decidere in merito alla pubblicazione di una risposta.

**5.**

Posizionamento. I desideri relativi al posizionamento dell'annuncio saranno presi in considerazione per quanto possibile ma solo come preferenza (non come condizione): disposizioni sul posizionamento solo dietro pagamento di un supplemento in base alla tariffa. Se la disposizione sul posizionamento non viene osservata, il supplemento non viene fatturato. Sono escluse ulteriori pretese.

**6.**

Per motivi tecnici dobbiamo riservarci il diritto di spostare la pubblicazione degli annunci fino a 5 giorni lavorativi senza previa consultazione del committente. La mancata pubblicazione di un annuncio così come il posizionamento in un altro punto o in un'altra edizione non danno diritto a una pretesa di risarcimento danni.

**7.**

Non è possibile accettare disposizioni vincolanti sulla struttura e la scelta del carattere; una mancata osservanza di disposizioni in tal senso non dà diritto a pretendere una riduzione del prezzo. Errori di stampa che non compromettono in modo significativo il senso e l'impatto pubblicitario dell'annuncio non danno diritto a uno sconto sul prezzo. Non è previsto un risarcimento nemmeno in caso di discrepanze rispetto alle disposizioni tipografiche o in caso di cifre dei codici mancanti negli annunci a tagliando. L'editore non si assume alcuna responsabilità per le conseguenze di eventuali errori

in copyproof o litografie che sono stati prodotti negli annunci da noi composti per altri giornali e riviste.

**8.**

Difetti tecnici di stampa. Non viene assunta alcuna responsabilità per la pubblicazione non impeccabile di annunci dovuta a dati di stampa mancanti o inadeguati. In caso di consegna di dati di stampa non conformi, al committente verranno fatturate le spese supplementari oltre ai nostri costi diretti. Nel caso di colori secondari l'editore si riserva un adeguato livello di tolleranza nella gradazione del colore. I campioni di colore su carta patinata non sono idonei per determinare con la maggior precisione possibile la tonalità desiderata. Un diritto al risarcimento o sconto sul prezzo è contemplato solo nel caso in cui l'annuncio perda in modo sostanziale il proprio effetto pubblicitario a causa di gravi difetti nella riproduzione tecnica.

**9.**

Saranno accettati solo i reclami pervenuti entro 30 giorni dalla fatturazione. In caso di reclami giustificati saranno rimborsati al massimo i costi dell'annuncio. È esclusa qualsiasi altra pretesa. Condizioni nelle ordinazioni o nelle CG del committente che differiscono dalle presenti disposizioni non sono applicabili.

**10.**

La durata dello sconto percentuale è di 12 mesi a partire dalla prima data di pubblicazione. Se la prima data di pubblicazione è antecedente al 15 del mese, lo sconto percentuale termina alla fine del mese precedente, altrimenti al termine del mese in corso. Gli sconti percentuali sono da considerarsi solamente come una convezione di sconto. Se nel periodo in cui vige lo sconto percentuali le tariffe subiscono degli aumenti, questi entrano subito in vigore. Se il fatturato in franchi concordato o il numero di annunci (sconto per ripetizioni) viene superato, sussiste il diritto a richiedere un corrispettivo rimborso successivo in base alla scala sconti. Se lo sconto percentuale è inferiore a quanto concordato, l'editore applica un addebito successivo in base alla scala. Durante il periodo di validità sono ammesse modifiche alle quantità concordate. Per gli sconti percentuali a livello di gruppo è vincolante il regolamento SZV/VSW.

**11.**

Condizioni di pagamento. Al netto entro 10 giorni dalla fatturazione. Nessuno sconto. Fatturazione in CHF anche a clienti stranieri. L'editore si riserva il diritto di richiedere un pagamento anticipato in casi specifici.

Se gli importi delle fatture devono essere pretesi per via di esecuzione, qualsiasi sconto o accordo sulle provvigioni perde valore. Non è possibile cumulare provvigione d'agenzia (PA) e PFA. Hanno diritto alla provvigione solo le agenzie riconosciute dall'editore.

**12.**

L'esclusione della concorrenza non può essere garantita.

**13.**

L'editore si riserva il diritto di rifiutare un mandato per un annuncio senza fornire motivazioni.

**14.**

Restano salve eventuali modifiche tariffarie e delle condizioni di inserzione, che entrano in vigore immediatamente anche per mandati correnti.

**15.**

L'obbligo di conservare i dati di stampa termina un mese dopo la pubblicazione dell'ultimo annuncio, salvo altri accordi esplicitamente pattuiti. I dati di stampa non vengono restituiti.

**16.**

Luogo di adempimento e foro competente è Basilea.