

# Condizioni Generali di Contratto

## per le campagne pubblicitarie negli uffici postali

### 1. Ambito di applicazione

Le presenti Condizioni Generali di Contratto (CGC), applicabili ai rapporti contrattuali tra la Posta e i suoi clienti (operatori nel campo pubblicitario e intermediari da loro incaricati), regolano la pianificazione, la preparazione e la realizzazione delle campagne pubblicitarie nazionali e regionali negli uffici postali. Esse valgono per la vendita di spazi promozionali e di fasce pubblicitarie su CanalPoste nonché per la locazione di superfici pubblicitarie fisiche, per la consegna di materiale pubblicitario tramite il personale agli sportelli e per lo svolgimento di promozioni. Salvo diverso accordo scritto tra le parti, le CGC sono allegata all'offerta allestita dalla Posta e fanno parte integrante del contratto. Tutte le offerte della Posta non sono vincolanti. Il rapporto contrattuale tra le parti inizia con la conferma d'ordine della Posta e solitamente finisce al termine del periodo di tiratura e/o distribuzione pattuito.

### 2. Pubblicità illecita

Non è ammessa la pubblicità

- che contrasta gli interessi della Posta; nella sua pubblicità il cliente non deve segnatamente menzionare imprese o persone che includono anche nella loro offerta prestazioni concernenti servizi postali, servizi di traffico dei pagamenti, transazioni finanziarie nonché prodotti che la Posta vende negli uffici postali per conto di terzi;
- che promuove la vendita di bevande alcoliche, superalcolici, tabacco nonché i farmaci delle liste A e B Swissmedic, o che non rispetta le restrizioni legali previste per i farmaci delle liste C e D;
- che ha come contesto temi religiosi, pornografici o politici;
- che è menzognera, ingannevole o sleale;
- che contravviene in qualsiasi altro modo alle disposizioni di legge;
- che promuove metodi di vendita aggressivi (hard selling) e genera rumori e odori sgradevoli (promozioni).

Il cliente è responsabile del contenuto della pubblicità e si impegna a rispettare i principi elencati. La Posta non è obbligata a verificare l'ammissibilità della pubblicità. Qualora uno dei principi elencati venga violato, il cliente esonera la Posta da qualsiasi pretesa da parte di terzi.

### 3. Pianificazione e preparazione delle campagne pubblicitarie

#### 3.1 CanalPoste

**Mezzi e materiali pubblicitari:** Con CanalPoste, il cliente può fare pubblicità attraverso la trasmissione di spot sullo schermo e la distribuzione di materiale pubblicitario stampato nel dispenser.

**Fornitura del materiale per la produzione:** Il cliente fornisce a proprie spese lo spot pubblicitario messo a punto conformemente alle direttive di produzione di CanalPoste, inviandolo al seguente indirizzo: La Posta Svizzera, PubliPoste PV24, Viktoriastrasse 21, 3030 Berna. Lo **spot pubblicitario deve pervenire alla Posta entro cinque giorni dall'inizio della promozione**. Il cliente invia il materiale pubblicitario stampato, nelle quantità concordate, all'indirizzo di consegna indicato nella conferma d'ordine della Posta. Egli deve garantire che il **materiale pubblicitario stampato** giunga a destinazione **al più tardi due settimane prima dell'inizio della promozione**. La Posta si impegna a inoltrare i materiali pubblicitari agli uffici postali che partecipano alla promozione.

**Manutenzione dei dispenser:** La Posta si occupa della manutenzione dei dispenser. Su richiesta della Posta, il cliente fornisce il materiale pubblicitario stampato supplementare. Se il cliente rinuncia a una fornitura supplementare, la Posta ha il diritto di disporre dei dispenser vuoti.

**Guasti agli schermi:** In caso di guasti agli schermi in singoli uffici postali, la Posta si riserva il diritto di diffondere la promozione pubblicitaria in altri uffici postali; se la sostituzione non dovesse essere possibile, il cliente riceverà il relativo abbuono, a meno che il guasto non sia imputabile a terzi.

#### 3.2 Superfici pubblicitarie fisiche

**Mezzi e materiali pubblicitari:** I mezzi pubblicitari che il cliente può utilizzare sono i prospetti, i cataloghi e i cartelloni.

**Presentazione preliminare dei mezzi pubblicitari:** I mezzi pubblicitari devono essere presentati alla Posta in duplice copia nel formato originale (cioè in scala 1:1) o inviati per e-mail in formato PDF al più tardi 21 giorni prima dell'inizio della promozione.

**Consegna dei materiali pubblicitari:** Il cliente invia i materiali pubblicitari a proprie spese, nelle quantità concordate, all'indirizzo di consegna indicato nella conferma d'ordine della Posta. Egli deve garantire che i **materiali pubblicitari** giungano a destinazione **al più tardi due settimane prima dell'inizio della promozione**. La Posta si impegna a inoltrare i materiali pubblicitari agli uffici postali che partecipano alla promozione.

#### 3.3 Consegne allo sportello

**Mezzi pubblicitari:** Il cliente può effettuare la consegna di prospetti o di campioni di merce attraverso il personale della Posta.

**Presentazione preliminare dei mezzi pubblicitari:** I mezzi pubblicitari devono essere presentati alla Posta in duplice copia nel formato originale (cioè in scala 1:1) o inviati per e-mail in formato PDF al più tardi 21 giorni prima dell'inizio della promozione.

**Consegna dei materiali pubblicitari:** Il cliente invia i materiali pubblicitari, nelle quantità concordate, all'indirizzo di consegna indicato nella conferma d'ordine della Posta. Egli deve garantire che i **materiali pubblicitari** giungano a destinazione **al più tardi due settimane prima dell'inizio della promozione**. La Posta si impegna a inoltrare i materiali pubblicitari agli uffici postali che partecipano alla promozione.

Osservare con attenzione anche i particolari «criteri per Store Check».

#### 3.4 Spazi promozionali

**Mezzi pubblicitari:** Il cliente può prendere in locazione in singoli uffici postali uno spazio di quattro metri quadrati per effettuare promozioni (degustazioni, dimostrazioni, ecc.). È esplicitamente ammessa la vendita di merci e servizi.

**Prenotazione:** Le promozioni devono essere prenotate alla Posta al più tardi due settimane prima dell'inizio previsto. Previo accordo sono ammessi tempi di prenotazione più brevi.

**Pianificazione dei giri:** La pianificazione dei giri viene organizzata dalla Posta considerando le esigenze del cliente.

**Materiale promozionale:** Il cliente informa la Posta sul layout dello stand al più tardi tre settimane prima dell'inizio della promozione. Per l'organizzazione e il trasporto del materiale promozionale è responsabile il cliente stesso. La Posta mette a disposizione del cliente un supporto pieghevole per un cartellone da 50 x 70 cm.

## 4. Esecuzione della promozione

#### 4.1 Posizionamento dei mezzi pubblicitari

La Posta si occupa del posizionamento dei mezzi pubblicitari tenendo conto delle generali condizioni costruttive, aziendali e di sicurezza tecnica esistenti dei singoli uffici postali.

#### 4.2 Modifiche

La Posta si riserva il diritto di rimandare l'inizio della promozione pubblicitaria al massimo di una settimana per motivi tecnici o logistici.

#### 4.3 Smaltimento dei mezzi pubblicitari

Alla scadenza della promozione pubblicitaria la Posta si occupa a proprie spese dello smaltimento dei mezzi pubblicitari restanti. Qualora il cliente ne faccia richiesta prima dell'inizio della promozione, i mezzi pubblicitari restanti saranno rispediti a quest'ultimo a sue spese. Fa eccezione il materiale pubblicitario consegnato agli sportelli, poiché in questo caso la promozione si conclude solo al completo esaurimento dello stock disponibile.

