

CONTE & FEDRIGOTTI

CONDIZIONI GENERALI DI LAVORO CONTE & FEDRIGOTTI

CONTE & FEDRIGOTTI

Thomas Fedrigotti

SynCom - Julius Durst Str. 44 / C Via Julius Durst Brixen 39042 Bressanone (BZ) Italy Mwst. Nr. 02235400211 Partita IVA
t: +39 0472 970570 f: +39 0472 970571 e: contact@contefedrigotti.com i: www.contefedrigotti.com

Contenuto

CONDIZIONI GENERALI DI LAVORO CONTE & FEDRIGOTTI..... 1

| | |
|----------------|---|
| Contenuto..... | 2 |
|----------------|---|

| | |
|--|---|
| Condizioni generali per lavori con budget..... | 3 |
|--|---|

| | |
|-----------------------|---|
| 1. Principi Base..... | 3 |
|-----------------------|---|

| | |
|-----------------|---|
| 2. Servizi..... | 3 |
|-----------------|---|

| | |
|------------------|---|
| 3. Onorario..... | 4 |
|------------------|---|

| | |
|-----------------|---|
| 4. Reclami..... | 6 |
|-----------------|---|

| | |
|--|---|
| Differenze fra lavori singoli e lavori con budget..... | 7 |
|--|---|

| | |
|--|---|
| I lavori singoli sottostanno alle condizioni contrattuali previste per i lavori con budget, tranne che per i seguenti punti:..... | 7 |
|--|---|

| | |
|---|---|
| Condizioni generali per lavori singoli..... | 9 |
|---|---|

| | |
|-----------------------|---|
| 1. Principi Base..... | 9 |
|-----------------------|---|

| | |
|---|---|
| (Punto 2 solo per lavori con budget)..... | 9 |
|---|---|

| | |
|------------------|---|
| 3. Onorario..... | 9 |
|------------------|---|

| | |
|-----------------|----|
| 4. Reclami..... | 11 |
|-----------------|----|

Condizioni generali per lavori con budget

1. Principi Base

1.1. Attività: L'agenzia di marketing (in seguito detta AM) esercita professionalmente e senza alcuna subordinazione un'attività prevalentemente intellettuale, che consiste nella consulenza, concezione, creazione, pianificazione e realizzazione di strategie marketing e campagne pubblicitarie.

1.2. Riservatezza: L'AM è obbligata a trattare con la massima riservatezza tutte le informazioni delle quali entra in possesso durante lo svolgimento della sua attività professionale e che riguardano la ditta committente o i suoi prodotti.

1.3. Concorrenza: Alla stipulazione del contratto di servizio l'AM informa il committente sui contratti di servizio già esistenti che riguardano prodotti o ditte concorrenti e, per tutta la durata del rapporto contrattuale, sulla stipulazione di nuovi contratti di servizio con clienti o prodotti concorrenti.

1.4. Mediazione: I contratti di mediazione si intendono stipulati alle condizioni commerciali ed ai prezzi in vigore presso ogni singolo mezzo pubblicitario. L'AM si impegna in ogni caso ad ottenere dai mezzi i massimi sconti possibili. Se il committente non rispetta le quantità relative alle classi di sconto, dovrà assumersi l'addebito per la differenza di classe di sconto. L'AM cura le uscite presso i mezzi, ma non risponde degli errori delle uscite stesse.

1.5. Correzioni: Le prove stampa e le bozze devono essere prontamente corrette dal committente, il quale, dopo averle viste, le dovrà fare pervenire all'agenzia. L'AM in particolare non assume alcuna responsabilità per gli eventuali errori, quando le scadenze stabilite rendono impossibile l'inoltro delle prove stampa, ed anche nel caso di ordini telefonici.

1.6. Informazioni: Il committente risponde giuridicamente di tutte le indicazioni ed informazioni fornite, particolarmente per quanto riguarda il marchio, il modello ornamentale, le caratteristiche, la denominazione delle merci e della ditta.

1.7. Documenti: Verranno posti a carico del committente tutti i danni dovuti a mutamenti, peggioramenti o deterioramenti della merce avvenuti oltre il termine di consegna. Per tutti i documenti affidati all'AM può essere pretesa da essa soltanto una normale, scrupolosa conservazione. Prima della fine del contratto di servizio, l'AM chiederà al committente se questi intenda riavere tali documenti. Nel caso di rifiuto, l'AM è autorizzata a distruggere tali documenti al termine del contratto. Per tutta la durata di un contratto di servizio, l'AM è autorizzata a distruggere, senza il preventivo consenso del committente, materiale per la stampa, nastri audio e video che non siano stati usati per la durata di 3 anni. La restituzione dei documenti al committente non autorizza questi ad usarli per la pubblicità.

1.8. Forniture: Le forniture, salvo diverso accordo, si ritengono dal fornitore. Il rischio passa al committente dal momento in cui la fornitura ha lasciato il fornitore. L'AM non si assume alcuna responsabilità per danni conseguenti a ritardi postali. Non sono addebitabili all'AM i danni derivanti dal ritardo nella fornitura, se questo ritardo non è dovuto a cause imputabili all'AM. Il ritardo nella fornitura dovuto alle cause citate non solleva il committente dall'obbligo di pagare.

1.9. Marchio e copie d'autore: L'AM è autorizzata ad AMporre la propria sigla o il proprio marchio su tutti i lavori pubblicitari. All'AM spettano dieci esemplari di tutti i lavori eseguiti.

2. Servizi

2.1. Obbligo: L'AM conferma che, con la stipula di un contratto di servizio, vengono resi disponibili i seguenti servizi e le necessarie capacità:

2.2. Concezione & pianificazione: Concezione di strategie marketing o individuazione degli obiettivi di marketing e delle strategie, consulenza, collaborazione nel classificare e determinare le strategie per agire sul mercato; raccolta della documentazione necessaria per la preparazione della pubblicità; pianificazione delle tattiche, dei costi e dei tempi della campagna pubblicitaria; elaborazione di un concetto pubblicitario

a breve, medio e lungo termine; sviluppo del concetto creativo e sua realizzazione stilistica; strategie di comunicazione.

2.3. Consulenza mezzi: Sviluppo della strategia mezzi; studio e scelta dei mezzi tenendo conto dei dati più aggiornati delle ricerche; pianificazione geografica e temporale delle uscite; sviluppo del piano costi e uscite.

2.4. Creazione: Sviluppo e visualizzazione del concetto creativo mediante bozzetti; creazione dei testi (in una delle lingue ufficiali della Provincia); verifica e controllo dei lavori grafici di tutti i mezzi pubblicitari; coordinamento nella creazione dei diversi mezzi pubblicitari.

2.5. Realizzazione: Richiesta di offerte per stampa, riproduzioni, cliché, foto, diapositive; inoltro degli ordini ai mezzi ed ai fornitori, mettendo tempestivamente a disposizione il materiale necessario per un buon svolgimento della campagna; controllo della realizzazione; controllo della produzione; pianificazione dei tempi e prenotazioni.

2.6. Controllo: L'AM controlla le uscite e le fatture dei fornitori.

3. Onorario

3.1. Primo colloquio: Il primo colloquio è gratuito per il cliente e non vincolante per le parti.

3.2. Presentazione: Per l'elaborazione di quelle proposte e documentazioni che permettono al cliente di decidere se stipulare il contratto di servizio (es., presentazione), sono in vigore, se non viene pattuito un diverso parametro (es., calcolo secondo costi), i seguenti onorari: **a)** Esposizione semplice, senza proposte creative: 3.000 €. **b)** Presentazioni piccole: 5.000 €. **c)** Presentazioni normali: 7.500 €. **d)** Presentazioni complesse: 10.000 €. Al momento del conferimento dell'incarico di una presentazione l'AM è obbligata a comunicare per iscritto al committente quale tariffa verrà AMPlicata. Costo terzi o spese di trasferta verranno calcolati separatamente. L'uso da parte del cliente delle idee e delle proposte è ammesso soltanto nell'ambito di un contratto di servizio oppure in base ad un contratto separato, che preveda la concessione del diritto d'uso di alcune singole idee o proposte.

3.3. Calcolo dell'onorario: L'onorario per le prestazioni dell'AM sotto contratto di servizio viene calcolato, salvo accordi diversi, in percentuale sul budget (spesa globale). Il budget include tutte le spese per la pianificazione, realizzazione e svolgimento della campagna, compreso l'onorario dell'agenzia. Non fanno parte del budget le spese per i campioni di merce realizzati dal committente stesso.

3.4. Tariffe: Per un budget di oltre 50.000 € l'onorario ammonta almeno al 15% del budget lordo (=17,65% del budget netto). Per budget minori l'onorario viene calcolato con sistema forfettario, secondo le seguenti classi di budget: **a)** Budget \leq 50.000 € e \geq 35.000 € : almeno 10.000 €. **b)** Budget < 35.000 € e \geq 25.000 € : almeno 8.500 €. **c)** Budget < 25.000 € e \geq 15.000 € : almeno 7.500 €. **d)** Budget < 15.000 € : almeno 5.000 €. Per incarichi che prevedono un particolare carico di lavoro, come per esempio incarichi che consistono in più campagne singole, o per incarichi che riguardano soprattutto strategie di incentivazione vendita o anche l'attività in qualità di agenzia primaria in incarichi internazionali, la percentuale o rispettivamente il forfait vengono aumentati tenendo adeguatamente conto del tipo di rapporto. Quanto diversamente pattuito deve essere definito per iscritto.

3.5. Imposta sul valore aggiunto: A tutti i prezzi va aggiunta l'I.V.A. in vigore.

3.6. Non compresi nell'onorario: L'onorario s'intende come remunerazione per le sole prestazioni rese nel territorio dello Stato, si limita ai soli servizi concordati e remunera esclusivamente le prestazioni specifiche dell'AM. Non sono compresi nell'onorario e pertanto da onorare a parte: **a)** Tutti i lavori di produzione per la stampa, come esecutivi, posizionamenti, adattamenti e riutilizzi, ed anche cliché, litografie, fotocomposizioni, copie su carta, ecc. **b)** Realizzazioni creative particolari come illustrazioni, lavori terzi, modelle, assistenza fotografica, lavori fotografici, produzione di film, spot radio e TV, realizzazione di confezioni speciali, titoli e sottotitoli per produzioni TV. **c)** Redazionali, PR, traduzioni, manifestazioni, concorsi, ed anche l'assistenza in azioni speciali, ecc. **d)** Ricerche di mercato, ricerche motivazionali e sondaggi, test sul prodotto e sui mezzi pubblicitari, controlli quantitativi sulla pubblicità dei concorrenti, elaborazioni di piani per particolari problemi di marketing e di mezzi e altri lavori che

richiedono l'intervento di specialisti (come per esempio testi specialistici, consulenza legale sui marchi e normative sui concorsi). **e)** Costi di trasferta, altre spese come anche servizi speciali di segreteria espressamente richiesti dal cliente. **f)** La concessione di diritti d'uso per quei lavori definiti dal punto g) è da retribuirsi a parte, come anche la concessione di diritti d'uso per le opere create dall'AM in quanto esulanti dai limiti di tempo, luogo ed ambito posti dal contratto di servizio. **g)** L'onorario per la realizzazione di etichette e confezioni, marchi, sigle e denominazioni ed opere analoghe, e la concessione dei diritti d'uso relativi a tali realizzazioni devono essere definiti in base ad accordi specifici, tenendo conto del carico di lavoro e dell'importanza dell'uso. **h)** Tutti i lavori che non comprendono un budget mezzi, come p. es. opuscoli o altri tipi di stampati.

3.7. Diritti d'autore: **a)** I diritti d'autore su tutte le opere realizzate tramite l'AM (concetti, idee creative, testi, lavori grafici, fotografie, film, etichette, confezioni, marchi, sigle, denominazioni, ecc.) rimangono di proprietà dell'AM (in conformità alla legge italiana sui diritti d'autore). Spetta però al cliente l'uso nell'ambito del contratto di servizio stipulato di tutte le opere create dall'AM in ragione del contratto stesso. **b)** Il committente non potrà destinare il lavoro dell'AM ad usi diversi da quelli concordati, senza il consenso dell'agenzia stessa. Nel caso che un lavoro venga riprodotto in un nuovo formato o destinato per uno scopo diverso da quello pattuito, spetta all'AM un compenso pari al 50% del prezzo riconosciuto per la prima edizione, e corrispondente almeno al 10% del budget impiegato. **c)** Il committente può utilizzare le creazioni solo fino a quando resta in vita il rAMporto con l'AM. Cessato il rAMporto il committente non può in alcun modo utilizzare dette creazioni, se non previa espressa autorizzazione scritta dell'agenzia e dietro compenso (forfettario o percentuale) da pattuirsi volta per volta, pari ad almeno il 50% dell'onorario stabilito per contratto e non inferiore al 10% del budget impiegato.

3.8. Commissione d'agenzia: Tutte le commissioni e provvigioni versate o accreditate da terzi all'agenzia spettano al committente.

3.9. Conteggio dell'onorario per presentazioni: L'onorario dovuto o pagato dal committente in base all'art. 3.2. per lavori di presentazione effettuati prima della stipulazione del contratto di servizio, è compreso pienamente nell'onorario relativo al contratto di servizio, purché le proposte vengano realizzate senza sostanziali modifiche e che venga raggiunto il budget previsto al momento del conferimento all'AM dell'incarico della presentazione.

3.10. Pagamenti: **a)** Lavori con budget \leq 50.000 € - Costi d'agenzia: 40 % € aconto alla firma del contratto, pagamento con fattura a vista; il rimanente alla presentazione dei bozzetti, pagamento con fattura a 30 giorni. Costi di produzione a lavori ultimati, pagamento con fattura a 30 giorni. **b)** Lavori con budget $>$ 50.000 € - Costi d'agenzia: 40 % aconto alla firma del contratto, pagamento con fattura a vista; resto dopo le bozze a lavoro ultimato con fattura a 30 giorni. **c)** Si considera ultimato il lavoro quando il materiale è pronto per la consegna ai mezzi o per la produzione. **d)** In caso di mancato pagamento saranno conteggiati gli interessi di mora dell'1,8% mensili più spese di sollecito. **e)** Se concordato, il pagamento anticipato deve pervenire all'AM prima delle date di pubblicazione o programmazione, altrimenti l'agenzia può recedere dall'incarico.

3.11. Riduzioni del Budget: Se un budget viene ritirato o sostanzialmente ridotto per il periodo previsto, il cliente deve risarcire l'AM per i danni causati dal ritiro o dalla riduzione del budget, compresi quelli dell'inutilizzazione delle risorse aziendali, come segue: **a)** Se la campagna si trova ancora allo stadio di ideazione e/o creazione: 1/3 dell'onorario complessivo o parziale budgettato inizialmente a seconda che il budget venga ritirato o parzialmente ridotto). **b)** Se ideazione e creazione per i principali mezzi pubblicitari sono sostanzialmente concluse: 2/3 dell'onorario complessivo o parziale budgettato inizialmente. **c)** Se gli ordini ai mezzi sono già stati emessi, sarà da corrispondere l'intero corrispettivo pattuito. **d)** Le spese extra verranno fatturate separatamente.

3.12. Incarichi singoli: **a)** Per singoli incarichi, come anche per incarichi non previsti dal budget, l'AM può calcolare il costo delle sue prestazioni secondo la spesa o il presumibile valore di utilizzo. Quale indicazione per i prezzi valgono quelli indicati nel tariffario CONTE & FEDRIGOTTI in vigore con le relative condizioni contrattuali previste per lavori singoli. Il costo complessivo del lavoro si calcola sommando le singole tariffe per creazione/grafica, testo, servizio e tutti i costi di produzione e lavoro terzi. **b)** Per

incarichi singoli non è prescritta alcuna regola fissa In mancanza di contratto scritto, i lavori svolti valgono quale prova dell'incarico.

3.13. Diritto di recesso: Se L'AM viene a conoscenza di circostanze che rendono dubbia la solvibilità del committente e di conseguenza un suo sollecito adempimento degli obblighi assunti, essa può recedere dal contratto. Con il recesso le fatture emesse verranno poste immediatamente all'incasso. Per le prestazioni non ancora effettuate può essere chiesto il pagamento anticipato. L'indennità di mediazione dovrà essere corrisposta in ogni caso. L'AM si riserva il diritto al risarcimento nei confronti del committente per violazioni contrattuali. E' esclusa ogni rivalsa nei confronti delle pretese dell'AM.

3.14. Accordi Speciali: Eventuali accordi speciali sono validi solo se concordati per iscritto. Le condizioni generali restano invariate.

4. Reclami

4.1. Reclami: Ogni contestazione nei confronti delle prestazioni dell'AM deve essere presentate entro 8 (otto) giorni. Può derivarne una riduzione o una correzione del lavoro, non però un rifacimento o un risarcimento dei danni.

4.2. Interpretazione: In caso di dubbio sulle condizioni generali, fa fede il testo in lingua tedesca.

4.3. Foro competente: Foro competente per ogni controversia derivante da questo contratto è quello della sede dell'AM.

Differenze fra lavori singoli e lavori con budget

I lavori singoli sottostanno alle condizioni contrattuali previste per i lavori con budget, tranne che per i seguenti punti:

1.1.(Attività) sostituito da:

1.1. Attività: L'agenzia di marketing (in seguito detta AM) esercita professionalmente e senza alcuna subordinazione un'attività prevalentemente intellettuale, che consiste nella consulenza, concezione, creazione, pianificazione e realizzazione di strategie marketing e campagne pubblicitarie. CONTE & FEDRIGOTTI è un'agenzia a servizio completo che amministra anche budget sulla base di campagne annuali.

1.3. (Concorrenza) Solo per lavori con budget

1.7. (Documenti) sostituito da:

1.7. Documenti: Verranno posti a carico del committente tutti i danni dovuti a mutamenti, peggioramenti o deterioramenti della merce avvenuti oltre il termine di consegna. Per tutti i documenti affidati all'AM può essere pretesa da essa soltanto una normale, scrupolosa conservazione. L'AM è autorizzata a distruggere, senza il preventivo consenso del committente, materiale per la stampa, nastri audio e video che non siano stati usati per la durata di 1 anno. La restituzione dei documenti al committente non autorizza questi ad usarli per la pubblicità.

2. (Servizi) Solo per lavori con budget

3.2. (Presentazione) Solo per lavori con budget

3.3. (Calcolo dell'onorario) Solo per lavori con budget

3.4. (Tariffe) sostituito da:

3.4. Tariffe: Le tariffe indicate s'intendono come remunerazione per le sole prestazioni rese nel territorio dello Stato, sono limitate ai soli servizi concordati e remunerano esclusivamente le prestazioni specifiche dell'AM. I lavori vengono retribuiti sulla base del vigente tariffario CONTE & FEDRIGOTTI. Il costo complessivo di ogni lavoro è la somma totale dei singoli prezzi per creazione/grafica, testo, servizio e di tutti i costi di produzione e lavoro terzi (come p. es. esecutivi, posizionamenti, adattamenti, riutilizzi, registrazioni radio, litografie, copia stampa, fotocomposizione, lavori fotografici e produzione di film, illustrazioni, lavori per la stampa, ecc.). Tutti i lavori che non siano di pura esecuzione tecnica, ma che abbiano un contenuto creativo (come p. es. soluzioni grafiche, testi, slogan, registrazioni, fotografie, illustrazioni, ecc.) vengono retribuiti in base all'importanza di utilizzo. I prezzi elencati nel tariffario riguardano quindi l'importo minimo previsto solamente per tali lavori singoli. Per ogni lavoro supplementare - espressamente richiesto dal cliente - i prezzi verranno adeguatamente aumentati. **a)**

Creazione/Grafica: I prezzi indicati si riferiscono ad un'unica presentazione di 1-3 proposte. Se vengono richieste ulteriori proposte, ciascuna deve essere retribuita con il 20% del prezzo originario. Le imprese medie vengono considerate come piccole, aziende con attività extraregionale, e le campagne collettive come industria. **b) Testi:** I prezzi indicati si riferiscono ad una unica presentazione di un numero limitato di proposte (nomi e slogan: 3-10, spot radio: 1-3, tutti gli altri testi vengono il linea di principio presentati in versione unica). Se vengono richieste ulteriori proposte, ogni serie deve essere retribuita con il 20% del prezzo originario. Una prima correzione è gratuita, ogni altra va ricompensata con il 20% del prezzo originario. Il tariffario si riferisce a lavori presentati in una delle due lingue ufficiali della nostra Provincia (italiano o tedesco). Nella realizzazione contemporanea di lavori in entrambe le lingue, per una delle due vale la corrispondente tariffa "adattamento". Testi in altre lingue vengono retribuiti tenendo conto della spesa e dell'importanza dell'utilizzo. **c) Service:** I costi per il piano uscite stampa e simili vengono calcolati secondo la voce "planning" del tariffario, amministrazione e lavori extra (come richiesta di preventivi, controllo fatture assistenza fotografica, assistenza registrazioni audio, controllo qualità stampa, trasferimenti, consulenza e riunioni) vengono remunerati secondo le rispettive tariffe orarie. **d)**

Produzione e costo terzi: In certi casi questi lavori non vengono eseguiti direttamente dall'agenzia, ma

affidati di volta in volta ai rispettivi specialisti. Il tariffario relativo a questi costi è perciò puramente indicativo. I costi reali vengono imputati in ragione della spesa effettiva per mezzo di preventivo o fattura del rispettivo fornitore. Come base di calcolo per le illustrazioni vale il formato più grande per cui l'illustrazione viene utilizzata. Come base di calcolo per esecutivi, posizionamenti, adattamenti o riutilizzi vale il formato finale, per cui viene realizzato il materiale stampa. Si intende come adattamento un ingrandimento o una riduzione proporzionali, come copia vale il rAMporto 1:1.

3.6. (Non compreso) Solo per lavori con budget

3.7. (Diritti d'autore) capoverso cancellato:

"Spetta però al cliente l'uso nell'ambito del contratto di servizio stipulato di tutte le opere create dall'AM in ragione del contratto stesso."

3.8. (Commissione d'agenzia) Solo per lavori con budget

3.9. (Onorario per presentazioni) Solo per lavori con budget

3.1. (Pagamenti) sostituito da:

3.10. Pagamenti: **a)** Costi di agenzia ≤ 1.000 €. Costi di agenzia e di produzione pagamento alla firma del contratto a vista fattura. **b)** Costi di agenzia > 1.000 €: costi di agenzia pagamento alla firma del contratto a vista fattura, costi di produzione pagamento a fine lavoro a vista fattura. **c)** Si considera terminato un lavoro quando è pronto per la consegna ai mezzi o per la produzione. **d)** In caso di mancato pagamento saranno conteggiati gli interessi di mora dell'1,8% mensili più spese di sollecito **e)** Se concordato, il pagamento anticipato deve pervenire all'AM prima delle date di pubblicazione o programmazione, in caso contrario l'agenzia può recedere dall'incarico.

3.11. (Riduzioni di budget) sostituito da:

3.11. Lavori respinti: Se il committente non accetta il lavoro concordato, si pone un termine di otto giorni, trascorso il quale verrà addebitato l'intero importo concordato. In ogni caso è da retribuire la perdita della mediazione. L'AM si riserva ulteriori azioni di risarcimento danni per la mancata accettazione dei lavori.

3.12. (Incarichi singoli) sostituito da:

3.12. Contratto: Dove non esista un contratto in forma scritta, valgono i lavori svolti dall'AM quale prova dell'incarico.

Condizioni generali per lavori singoli

1. Principi Base

1.1. Attività: L'agenzia di marketing (in seguito detta AM) esercita professionalmente e senza alcuna subordinazione un'attività prevalentemente intellettuale, che consiste nella consulenza, concezione, creazione, pianificazione e realizzazione di strategie marketing e campagne pubblicitarie. CONTE & FEDRIGOTTI è un'agenzia a servizio completo che amministra anche budget sulla base di campagne annuali.

1.2. Riservatezza: l'AM è obbligata a trattare con la massima riservatezza tutte le informazioni delle quali entra in possesso durante lo svolgimento della sua attività professionale e che riguardano la ditta committente o i suoi prodotti. (Punto 1.3. solo per lavori con budget)

1.4. Mediazione: i contratti di mediazione si intendono stipulati alle condizioni commerciali ed ai prezzi in vigore presso ogni singolo mezzo pubblicitario. L'AM si impegna in ogni caso ad ottenere dai mezzi i massimi sconti possibili. Se il committente non rispetta le quantità relative alle classi di sconto, dovrà assumersi l'addebito per la differenza di classe di sconto. L'AM curerà le uscite presso i mezzi, ma non risponde degli errori delle uscite stesse.

1.5. Correzioni: le prove stampa e le bozze devono essere prontamente corrette dal committente, il quale, dopo averle viste, le dovrà fare pervenire all'agenzia. L'AM in particolare non assume alcuna responsabilità per gli eventuali errori, quando le scadenze stabilite rendono impossibile l'inoltro delle prove stampa, ed anche nel caso di ordini telefonici.

1.6. Informazioni: il committente risponde giuridicamente di tutte le indicazioni e informazioni fornite, particolarmente per quanto riguarda il marchio, il modello ornamentale, le caratteristiche, la denominazione delle merci e della ditta.

1.7. Documenti: verranno posti a carico del committente tutti i danni dovuti a mutamenti, peggioramenti o deterioramenti della merce avvenuti oltre il termine di consegna. Per tutti i documenti affidati all'AM può essere pretesa da essa soltanto una normale, scrupolosa conservazione. L'AM è autorizzata a distruggere, senza il preventivo consenso del committente, materiale per la stampa, nastri audio e video che non siano stati usati per la durata di 1 anno. La restituzione dei documenti al committente non autorizza questi ad usarli per la pubblicità.

1.8. Forniture: le forniture, salvo diverso accordo, si ritengono dal fornitore. Il rischio passa al committente dal momento nel quale la fornitura ha lasciato il fornitore. L'AM non si assume alcuna responsabilità per danni conseguenti da ritardi postali. Non sono addebitabili all'AM i danni derivanti da ritardo nella fornitura, se questo ritardo non è dovuto a cause imputabili all'AM. Il ritardo nella fornitura dovuta alle cause citate non solleva il committente dall'obbligo di pagare.

1.9. Marchio e copie d'autore: l'AM è autorizzata ad AMporre la propria sigla o il proprio marchio su tutti i lavori pubblicitari. All'AM spettano dieci esemplari di tutti i lavori eseguiti.

(Punto 2 solo per lavori con budget)

3. Onorario

3.1. Primo colloquio: il primo colloquio è gratuito per il cliente e non vincolante per le parti. (Punti 3.2. e 3.3. solo per lavori con budget).

3.4. Tariffe: le tariffe indicate s'intendono come remunerazione per le sole prestazioni rese nel territorio dello Stato, sono limitate ai soli servizi concordati e remunerano esclusivamente le prestazioni specifiche dell'AM. I lavori vengono retribuiti sulla base del vigente tariffario CONTE & FEDRIGOTTI. Il costo complessivo di ogni lavoro è la somma totale dei singoli prezzi per creazione/grafica, testo, servizio e di tutti i costi di produzione e lavoro terzi (come p. es. esecutivi, posizionamenti, adattamenti, riutilizzi,

registrazioni radio, litografie, copia stampa, fotocomposizione, lavori fotografici e produzione di film, illustrazioni, lavori per la stampa, ecc.). Tutti i lavori che non siano di pura esecuzione tecnica, ma che abbiano un contenuto creativo (come p. es. soluzioni grafiche, testi, slogan, registrazioni, fotografie, illustrazioni, ecc.) vengono retribuiti in base all'importanza di utilizzo. I prezzi elencati nel tariffario riguardano quindi l'importo minimo previsto solamente per tali lavori singoli. Per ogni lavoro supplementare - espressamente richiesto dal cliente - i prezzi verranno adeguatamente aumentati.

a) Creazione/Grafica: i prezzi indicati si riferiscono ad un'unica presentazione di 1-3 proposte. Se vengono richieste ulteriori proposte, ciascuna deve essere retribuita con il 20% del prezzo originario. Le aziende con attività extraregionale e le campagne collettive vengono considerate come industria.

b) Testi: i prezzi indicati si riferiscono ad una unica presentazione di un numero limitato di proposte (nomi e slogan: 3-10, spot radio: 1-3, tutti gli altri testi vengono in linea di principio presentati in versione unica). Se vengono richieste ulteriori proposte, ogni serie deve essere retribuita con il 20% del prezzo originario. Una prima correzione è gratuita, ogni altra va ricompensata con il 20% del prezzo originario. Il tariffario si riferisce a lavori presentati in una delle due lingue ufficiali della nostra Provincia (italiano o tedesco). Nella realizzazione contemporanea di lavori in entrambe le lingue, per una delle due vale la corrispondente tariffa "adattamento". Testi in altre lingue vengono retribuiti tenendo conto della spesa e dell'importanza dell'utilizzo. **c) Service:** i costi per il piano uscite stampa e simili vengono calcolati secondo la voce "planning" del tariffario, amministrazione e lavori extra (come richiesta di preventivi, controllo fatture, assistenza fotografica, assistenza registrazioni audio, controllo qualità stampa, trasferimenti, consulenza e riunioni) vengono remunerati secondo le rispettive tariffe orarie.

d) Produzione e costo terzi: in certi casi questi lavori non vengono eseguiti direttamente dall'agenzia, ma affidati di volta in volta ai rispettivi specialisti. Il tariffario relativo a questi costi è perciò puramente indicativo. I costi reali vengono imputati in ragione della spesa effettiva per mezzo di preventivo o fattura del rispettivo fornitore. Come base di calcolo per le illustrazioni vale il formato più grande, per cui l'illustrazione viene utilizzata. Come base di calcolo per esecutivi, posizionamenti, adattamenti o riutilizzi vale il formato finale, per cui viene realizzato il materiale stampa. Si intende come adattamento un ingrandimento o una riduzione proporzionale, come copia vale il rAMporto 1:1.

3.5. Imposta sul valore aggiunto: a tutti i prezzi va aggiunta l'I.V.A. in vigore. (Punto 3.6. solo per lavori con budget)

3.7. Diritti d'autore: **a)** I diritti d'autore su tutte le opere realizzate tramite l'AM (concetti, idee creative, testi, lavori grafici, fotografie, film, etichette, confezioni, marchi, sigle, denominazioni, ecc.) rimangono di proprietà dell'AM (in conformità alla legge italiana sui diritti d'autore). **b)** Il committente non potrà destinare il lavoro dell'AM ad usi diversi da quelli concordati, senza il consenso dell'agenzia stessa. Nel caso che un lavoro venga riprodotto in un nuovo formato o destinato per uno scopo diverso da quello pattuito, spetta all'AM un compenso pari al 50% del prezzo riconosciuto per la prima edizione, e corrispondente almeno al 10% del budget impiegato. **c)** Il committente può utilizzare le creazioni solo fino a quando resta in vita il rAMporto con l'AM. Cessato il rAMporto il committente non può in alcun modo utilizzare dette creazioni, se non previa espressa autorizzazione scritta dell'agenzia e dietro compenso (forfettario o percentuale) da pattuirsi volta per volta, pari ad almeno al 50% dell'onorario stabilito per contratto e non inferiore al 10% del budget impiegato. (Punto 3.8. e 3.9. solo per lavori con budget)

3.10. Pagamenti: **a)** Costi d'agenzia ≤1.000 €: Costi d'agenzia e di produzione alla firma del contratto a vista fattura. **b)** costi di agenzia > 1.000 €: Costi di agenzia alla firma del contratto con fattura a vista, costi di produzione pagamento a lavoro ultimato con fattura a 30 giorni. **c)** si considera ultimato il lavoro quando il materiale è pronto per la consegna ai mezzi o per la produzione. **d)** In caso di mancato pagamento saranno conteggiati gli interessi di mora del 1,8% mensili più spese di sollecito. **e)** Se concordato, il pagamento anticipato deve pervenire all'AM prima delle date di pubblicazione o programmazione, altrimenti l'agenzia può recedere dall'incarico.

3.11. Lavori respinti: se il committente non accetta il lavoro concordato, si pone un termine di otto giorni, trascorso il quale verrà addebitato l'intero importo concordato. In ogni caso è da retribuire la perdita della mediazione. L'AM si riserva ulteriori azioni di risarcimento danni per la mancata accettazione dei lavori.

3.12. Contratto: dove non esista un contratto in forma scritta, valgono i lavori svolti dall'AM quale prova dell'incarico.

3.13. Diritto di recesso: se L'AM viene a conoscenza di circostanze che rendono dubbia la solvibilità del committente e di conseguenza un suo sollecito adempimento degli obblighi assunti, questa può recedere dal contratto. Con il recesso le fatture emesse verranno poste immediatamente all'incasso. Per le prestazioni non ancora effettuate può essere chiesto il pagamento anticipato. L'indennità di mediazione dovrà essere corrisposta in ogni caso. L'AM si riserva il diritto al risarcimento nei confronti del committente per violazioni contrattuali. E' esclusa ogni rivalsa nei confronti delle pretese dell'AM.

3.14. Accordi Speciali: eventuali accordi speciali sono validi solo se vengono concordati per iscritto . Tutte le condizioni generali del contratto restano invariate.

4. Reclami

4.1. Reclami: Ogni contestazione nei confronti delle prestazioni dell'AM deve essere presentate entro 8 (otto) giorni. Può derivarne una riduzione o una correzione del lavoro, non però un rifacimento o un risarcimento dei danni.

4.2. Interpretazione: In caso di dubbio sulle condizioni generali, fa fede il testo in lingua tedesca.

4.3. Foro competente: Foro competente per ogni controversia derivante da questo contratto è quello della sede dell'AM.