



La vostra pubblicità proprio dove sarà notata
PubliPoste – i professionisti scelgono la Posta

Offerte e prezzi 2012

LA POSTA 

350 B
349 C

Sarete serviti entro circa

00

minuti

Cablecom - die clevere Wahl
für moderne Familien!


cablecom



75%
Sparen Sie bis zu 75%
auf Ihren Kabelanschluss
bei Neuverträgen
oder bei Umzug
in den gleichen
Bereich

PubliPoste

TICKETCORNER
@1111111111

Il tutolare e anche fax!

99.-



Un flirt con la Svizzera intera

La rete degli uffici postali offre l'opportunità pressoché unica di diffondere in modo capillare i vostri messaggi pubblicitari su tutto il territorio svizzero. Ogni giorno i nostri uffici sono frequentati da cittadini svizzeri di qualsiasi età ed estrazione sociale, con livelli formativi diversi e dai più svariati interessi.

PubliPoste vi offre un'intera gamma di possibilità per entrare in contatto con loro: accompagnando la consegna allo sportello con un sorriso, di persona nello spazio promozionale oppure attraverso il dinamismo di Canal-Poste, il look accattivante dei manifesti o il carattere informativo dei dispenser.

La novità più importante del 2012 è la riduzione degli uffici postali a tre sole categorie. D'ora in poi a voi clienti sarà quindi offerta la possibilità di effettuare consegne allo sportello in tutti gli uffici postali della Svizzera.

La documentazione tariffale fornisce una sintesi di queste e di molte altre forme di comunicazione pubblicitaria negli uffici postali. Approfittatene, e date inizio così ad un flirt con la Svizzera intera!

Gli uffici postali della Svizzera

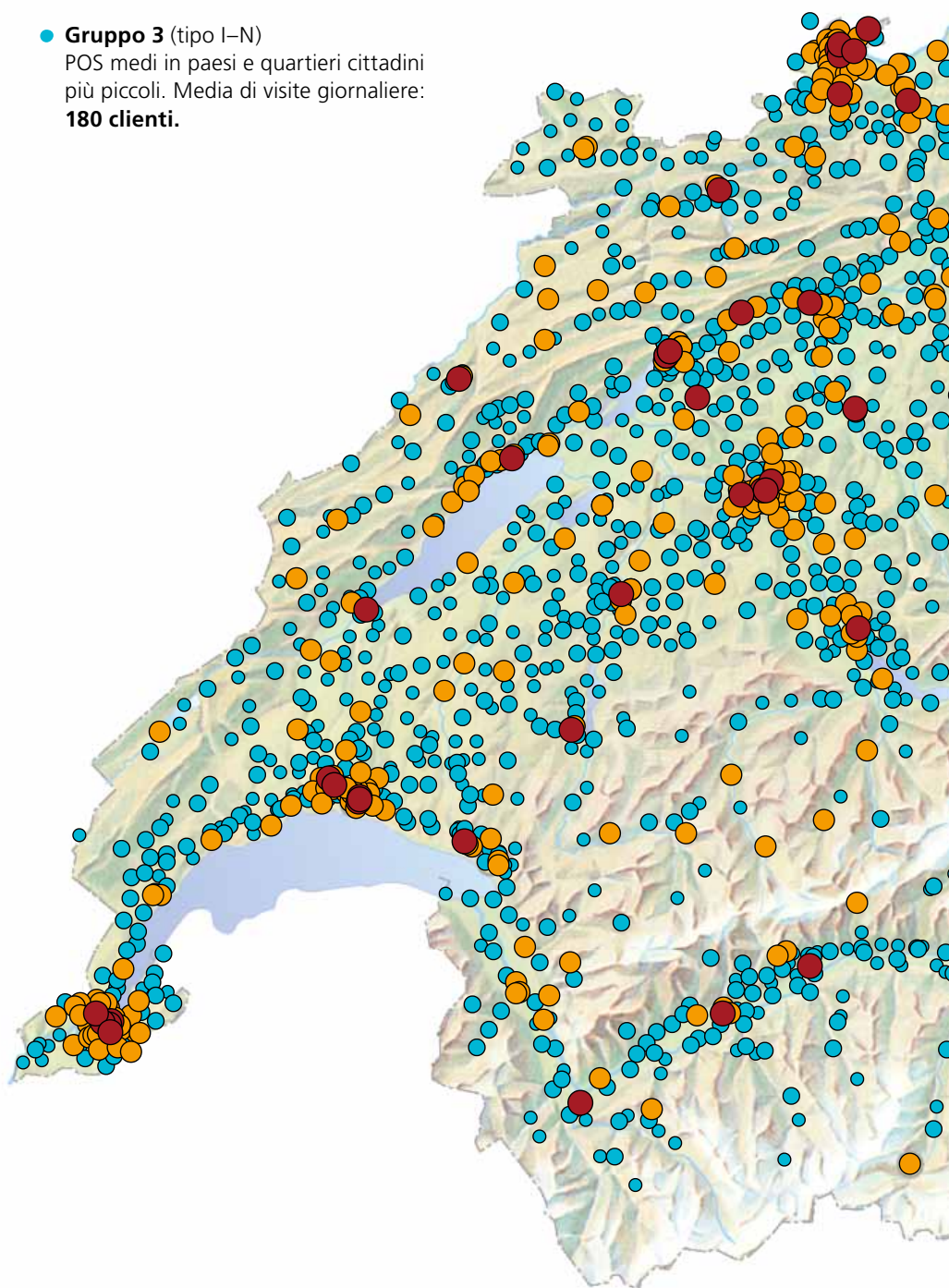
Cosa intendiamo per «capillare»

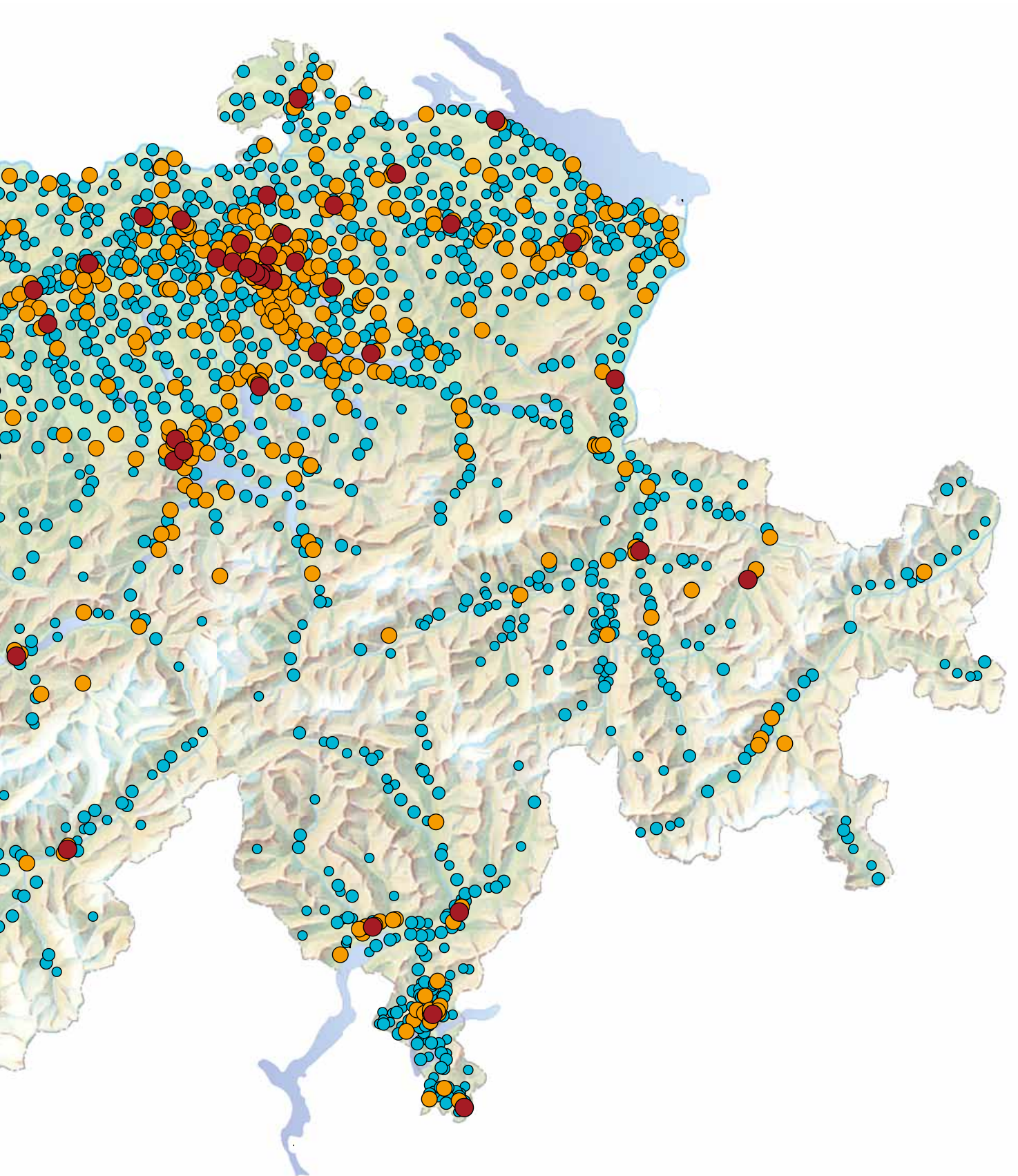
Con 1900 uffici postali sparsi in tutto il territorio svizzero la Posta Svizzera dispone di una delle più fitte reti di distribuzione al mondo. Naturalmente le filiali variano di dimensione: la frequenza giornaliera negli uffici postali più piccoli arriva a una media di circa 180 clienti, salendo fino a circa 1550 utenti in quelli più grandi.

Questa incomparabile rete non solo offre la possibilità di rivolgersi concretamente a tutta la popolazione svizzera, ma consente anche di scegliere fra diverse forme di pubblicità a livello locale o regionale. Sulla mappa, per esempio, sono chiaramente visibili i centri urbani ad elevata densità demografica, così come la copertura delle aree prevalentemente rurali.

I gruppi di uffici postali

- **Gruppo 1** (tipo A–D)
POS molto grandi nella zona centrale delle maggiori città. Media di visite giornaliere: **1550 clienti.**
- **Gruppo 2** (tipo E–H)
POS grandi nella zona centrale di città medie e grandi e negli agglomerati. Media di visite giornaliere: **500 clienti.**
- **Gruppo 3** (tipo I–N)
POS medi in paesi e quartieri cittadini più piccoli. Media di visite giornaliere: **180 clienti.**





A proposito di portata

Desiderare raggiungere quotidianamente 545 000 persone?

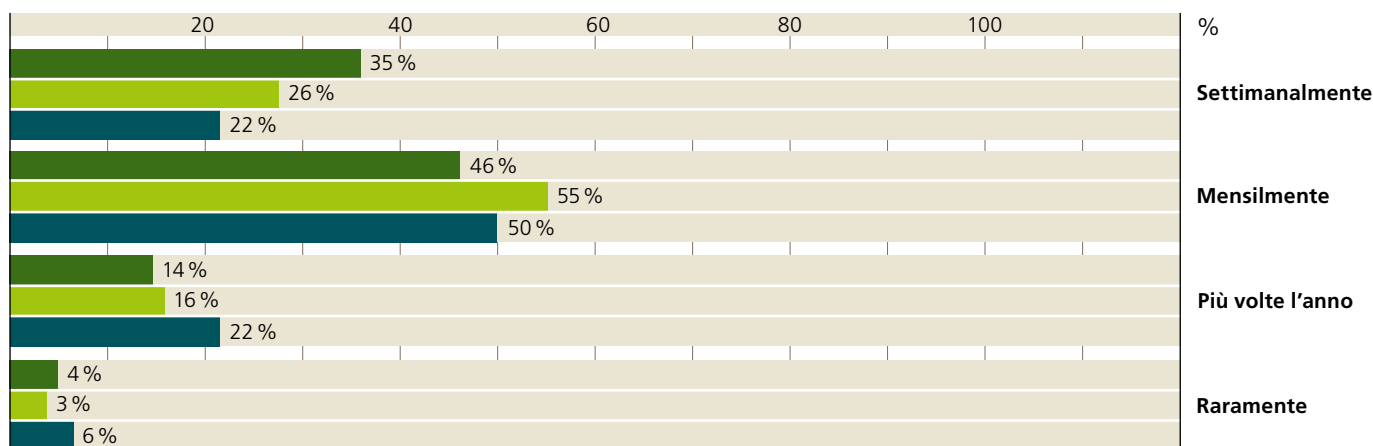
Oltre il 70 % di tutti i cittadini svizzeri si reca in posta almeno una volta al mese. La stragrande maggioranza di essi non deve neppure andarci in bicicletta, perché l'ufficio postale più vicino è mediamente raggiungibile a piedi in meno di 30 minuti.

I nostri uffici postali registrano quindi un'affluenza quotidiana di 545 000 utenti, pari a 150 milioni di clienti privati e commerciali l'anno.

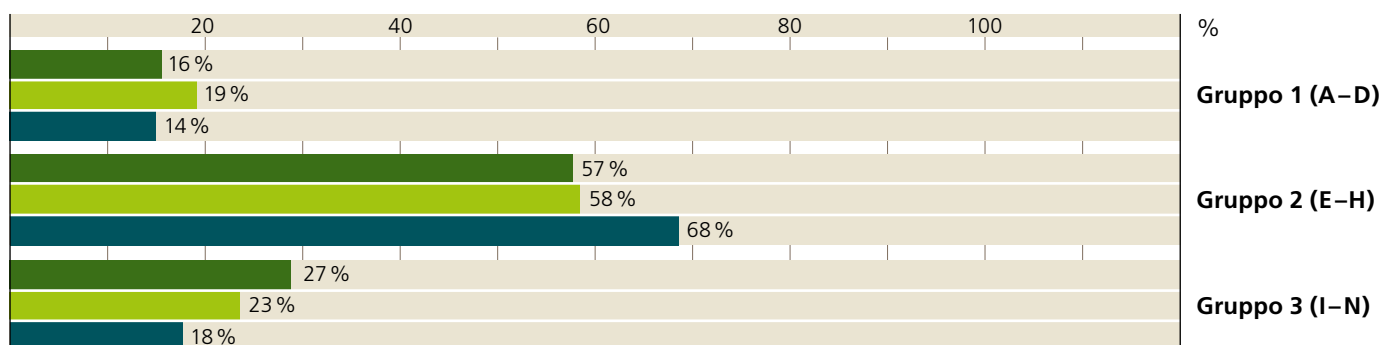
Sfruttare appieno questo potenziale è facilissimo: per ottenere la massima efficacia pubblicitaria basta essere presenti per almeno due settimane, un lasso di tempo nel quale le probabilità che il vostro messaggio venga ignorato sono irrisorie. E questo vale per tutti i target.

Visite dei clienti negli uffici postali

«Con quale frequenza si reca in posta?»



«Dove si reca più frequentemente all'ufficio postale?»



■ Sondaggio 2004
■ Sondaggio 2007
■ Sondaggio 2010

Fonti

Sondaggio «Notorietà degli articoli di altre marche» / GfK Switzerland commissionato da Rete postale e vendita / sondaggio telefonico (Telebus) / realizzato a dicembre 2010
Sono state effettuate complessivamente 1451 interviste.
Gli studi del 2004 e 2007 erano stati condotti da Demoscope.

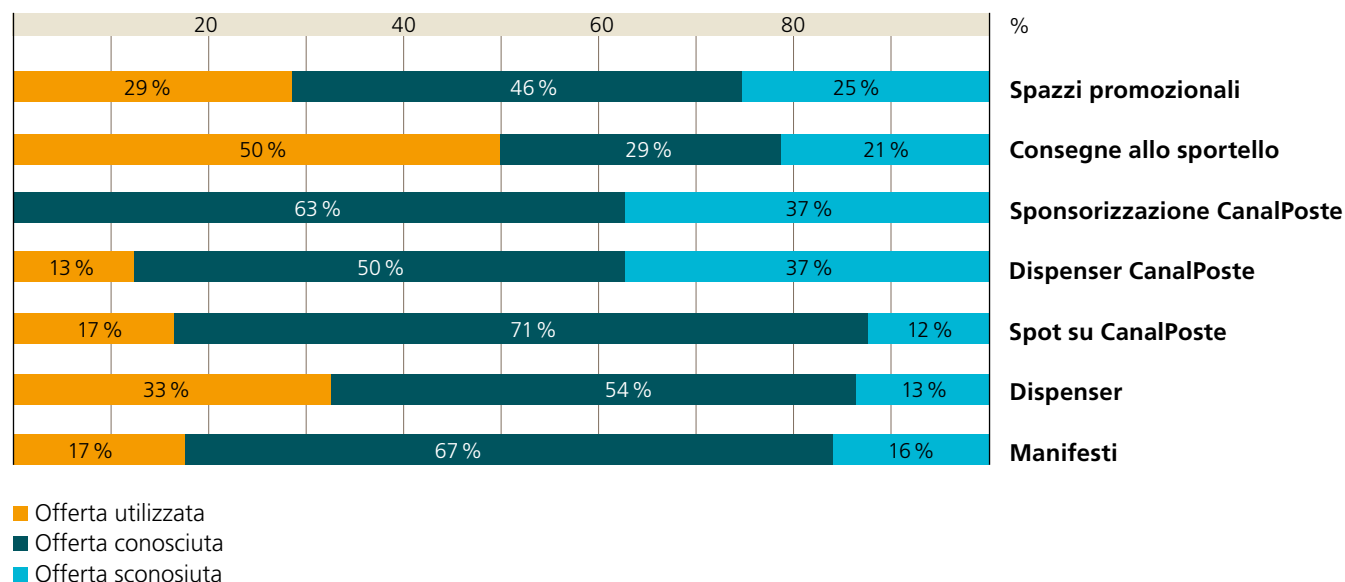
Focus PubliPoste

L'opinione dei nostri clienti

La piattaforma promozionale offerta da PubliPoste, e diffusa a livello capillare in tutto il territorio svizzero, sta diventando una realtà sempre più concreta e apprezzata. I nostri clienti gradiscono in modo particolare l'opportunità di scegliere iniziative pubblicitarie mirate e focalizzate a livello regionale. A molti di loro sta però sempre più a cuore un'ulteriore allettante alternativa: utilizzare gli uffici postali come canale di marketing multiopzionale, per creare un contatto visivo, fisico e personale con i potenziali clienti.

Un altro frequente argomento di dialogo con la clientela di PubliPoste riguarda il transfert d'immagine. L'immagine della Posta come azienda assolutamente seria e affidabile, emblema dell'attenzione svizzera alla qualità, viene trasmessa al prodotto pubblicizzato o al brand che si vuole valorizzare. Questo transfert d'immagine ha un impatto particolarmente significativo quando il messaggio viene comunicato di persona. Ecco perché, come confermano anche i risultati di un sondaggio, la consegna allo sportello è una delle offerte di PubliPoste più apprezzate.

Grado di motorietà dei prodotti PubliPoste



Fonti

Sondaggio PubliPoste: «Attrattiva, immagine e notorietà del canale pubblicitario»
 Metodo qualitativo, interviste telefoniche/durata media 30 minuti; strumento intervista aperta con filo conduttore;
 universo del sondaggio i clienti di PubliPoste della Svizzera tedesca e occidentale (indirizzi trasmessi da PubliPoste)/
 rilevamento completo dei 51 maggiori clienti (42 in Svizzera tedesca/9 in Svizzera francese)
 Impiego/Sfruttamento del 47 %, n = 24 colloqui nel periodo 7-28 febbraio 2011



Consegne allo sportello

Sampling: il fascino dell'effetto sorpresa

Che si tratti di un versamento o dell'acquisto di francobolli non fa alcuna differenza: effettuare un'operazione postale non è quasi mai un'esperienza emozionante. Per questo ricevere un omaggio accompagnato da un amichevole sorriso non può che accrescere ulteriormente la sorpresa.

La consegna allo sportello dell'ufficio postale è in assoluto una delle iniziative pubblicitarie più efficaci. Che si tratti di distribuire omaggi a sorpresa, far assaggiare una bevanda rinfrescante o consegnare un catalogo informativo, la consegna è sempre diretta al giusto target e accompagnata da un piacevole sorriso. Questo approccio ad personam è fondamentale. Inoltre in molti uffici postali l'addetto allo sportello conosce i suoi clienti per lo meno di vista: l'attenzione è quindi garantita.

Confronto tra le modalità di sampling (consegna allo sportello)

(51 000 opuscoli, formato A5, 8 pagine con campione prodotto, 250 g)

Costi complessivi

	25 000.-	50 000.-	75 000.-	
Sampling nelle stazioni ferroviarie ¹⁾				53 330.-
Sampling nelle strade ²⁾				48 550.-
Consegna agli sportelli PubliPoste ³⁾				35 190.-

CHF

Sampling nelle stazioni ferroviarie¹⁾

Sampling nelle strade²⁾

Consegna agli sportelli PubliPoste³⁾

Costi per campione

	0.50	1.00	1.50	
Sampling nelle stazioni ferroviarie ¹⁾				1.04
Sampling nelle strade ²⁾				0.95
Consegna agli sportelli PubliPoste ³⁾				0.69

CHF

Sampling nelle stazioni ferroviarie¹⁾

Sampling nelle strade²⁾

Consegna agli sportelli PubliPoste³⁾

Durata

¹⁾ 3 ore

²⁾ 6 ore

³⁾ circa 2 settimane

Prezzo in CHF
IVA esclusa

Fonti del grafico

Sampling stazioni/strade: offerta indicativa di Optimedia agosto 2011;
consegna agli sportelli: documentazione sulle tariffe 2011 di PubliPoste

Offerte e prezzi

Consegna allo sportello

Per il 2012 la suddivisione degli uffici postali in gruppi verrà riorganizzata introducendo una novità, cioè la loro riduzione a tre sole categorie. Le consegne allo sportello potranno così essere effettuate in tutti gli uffici postali della Svizzera.

Le operazioni di sampling negli uffici postali sono convenienti non solo rispetto a iniziative simili organizzate altrove, ma anche in termini di quantità: maggiore è la distribuzione, minore sarà il costo del singolo campione.

La nostra offerta non tiene conto solo dell'aspetto logistico, ma comprende anche il controllo di qualità e un feedback standardizzato. Particolarmente interessante – ed efficace – è la prenotazione di consegne a più riprese nell'arco dell'anno.

Prezzi delle consegne allo sportello (minimo 200 unità per ufficio postale)

Quantità a partire da	Prezzo / unità in CHF fino a 250 g	Prezzo / unità in CHF 251–500 g ¹⁾
10 000 unità (quantità minima)	-.79	1.03
20 000 unità	-.74	-.96
50 000 unità	-.69	-.89
100 000 unità	-.59	-.76
150 000 unità	-.54	-.70
200 000 unità	-.47	-.61
300 000 unità	-.39	-.50
400 000 unità	-.34	-.44
500 000 unità	-.29	-.37
1 milione unità ++	-.24	-.31

- I prezzi includono la spedizione, il controllo qualità e il feedback standard
- Libera scelta fra gli uffici postali preferiti dei gruppi 1–3
- Prezzi in CHF e per singola unità, IVA esclusa

Numero di spedizioni, comprese nel prezzo, in caso di prenotazione a più riprese nell'arco dell'anno:

da 10 000 a 100 000 copie: 1 spedizione inclusa
da 100 001 a 300 000 copie: 2 spedizioni incluse
da 300 001 a 1 milione di copie: 3 spedizioni incluse

Ogni ulteriore spedizione viene aggiunta al conteggio in base ai costi effettivi.

Desiderate ricevere un feedback dettagliato sulle vostre promozioni negli uffici postali? In tal caso saremo lieti di organizzare un briefing personale insieme a voi.

Condizioni a pagina 22/23

Esempio di calcolo: consegna allo sportello di 51 000 unità (fino a 250 g), gruppo 2, Svizzera romanda

Regione	Gruppo	Numero di POS ²⁾	Quantità	Prezzo base	Prezzo totale
Svizzera romanda	2	124	51 000	-.69	35 190.–
Totale netto (IVA escl.)	–	124	–	–	35 190.–

¹⁾ Consegne allo sportello di oltre 501 g/unità e/o di volumi superiori alla media: prezzo da convenire

²⁾ Vedere tabella a pieghevole



Manifesti

Un classico fra i principali poli di attrazione

La pubblicità sui manifesti continua a riscuotere grande successo grazie all'altissima redditività del capitale investito. Non c'è da stupirsi, quindi, se i manifesti sono e continueranno ad essere una costante imprescindibile della nostra quotidianità. Essi ci accompagnano mentre andiamo al lavoro, tappezzano i muri delle stazioni o stazionano ai margini della strada. Ma il massimo impatto è quello ottenuto dai manifesti affissi nell'ufficio postale.

Quando si tratta di manifesti, ciò che di solito non capita mai è vedere qualcuno che si ferma improvvisamente per la strada a osservarne uno. O addirittura a leggerne il contenuto. Nell'ufficio postale, invece, succede esattamente il contrario!

Proviamo a immaginare una situazione tipo: il tempo di attesa medio per il cliente postale è di sette minuti. L'atmosfera è tranquilla e rilassata e il cliente sa che dovrà attendere il proprio turno dietro a un paio di persone. Aspettando inizia a guardarsi intorno e nota il vostro manifesto. A questo punto il contatto da potenziale diventa concreto e il vostro messag-

gio passa a tutti gli effetti: con un'adeguata veste e uno slogan accattivante sarete certi che il cliente leggerà anche il contenuto, conquistando così il suo interesse. In nessun altro luogo potrete disporre di così tanto tempo per trasmettere il vostro messaggio: il manifesto che altrove avrebbe un impatto solo marginale, qui potrà sviluppare al massimo la propria efficacia.

E questo è doppiamente importante, poiché il manifesto è tuttora uno dei supporti pubblicitari più amati ed apprezzati. Rispetto alla pubblicità televisiva, al mailing o ai pop-up dei siti internet, i manifesti non costituiscono affatto un elemento di disturbo per i consumatori.

E visto che alla posta il numero di supporti pubblicitari è limitato, la probabilità che il cliente dedichi la sua attenzione proprio al vostro manifesto è davvero alta. Il che significa che il vostro messaggio passerà in modo efficiente e mirato. Prenotate i vostri manifesti negli uffici postali: ne vale davvero la pena.

Manifesti

La nostra offerta sui manifesti prevede varie opzioni: il classico formato F4 ad alta visibilità, il versatile formato A3 oppure i piccoli manifesti A4 dalle molteplici possibilità d'impiego e di successo, soprattutto se affissi al distributore dei numeri di attesa o al dispenser.

Nell'ufficio postale i manifesti vi garantiranno la massima attenzione. E per potenziare ulteriormente l'efficacia dell'azione pubblicitaria, potrete abbinare il manifesto ad altri strumenti di marketing come dispenser, consegne allo sportello, spot, sponsorizzazioni trasmesse su CanalPoste o legate a iniziative promozionali. Venite a scoprire le nostre opportunità!

Prezzi manifesti						
	Gruppo 1		Gruppo 2		Gruppo 3	
	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.
Cartelloni A4	39.–	19.50	30.–	15.–	25.–	12.50
Locandine A4 dispenser dei biglietti	47.–	23.50	–	–	–	–
Locandina A4 dispenser	47.–	23.50	36.–	18.–	–	–
Cartelloni A3	47.–	23.50	36.–	18.–	28.–	14.–
Cartelloni F4	90.–	45.–	75.–	37.50	–	–

- Copertura minima: 1 regione economica
- Copertura minima per F4: 1 regione linguistica
- Formato cartelloni: A4 = 210 x 297 mm, A3 = 297 x 420 mm, F4 = 895 x 1280 mm (verticale), bordo di 5 mm per lato (non visibile)
- In caso di prenotazione per tutta una regione linguistica o per tutta la Svizzera si applica uno sconto del 13 %
- I prezzi includono la spedizione, i controlli giornalieri di qualità e le ordinazioni successive tramite gli uffici postali
- Prezzi in CHF e per ufficio postale, IVA esclusa

Condizioni a pagina 22/23

Sconto regionale: 13 % di sconto alla prenotazione per tutta una regione linguistica o per tutta la Svizzera

Esempio di calcolo: cartellone A4, gruppi 1–3, Svizzera tedesca (nazionale), 4 settimane							
Regione	Gruppo	Numero di POS ¹⁾	Prezzo base ²⁾	Settimane	Prezzo totale	Cont. Es.	TMC
Svizzera tedesca	1	55	39.–	4	4290.–	1875500	2.29
Svizzera tedesca	2	385	30.–	4	23100.–	4235000	5.45
Svizzera tedesca	3	772	25.–	4	38600.–	3057120	12.63
Totale lordo	–	1212	–	–	65990.–	9167620	7.20
Sconto sul fatturato 6 %	–	–	–	–	-3959.40	–	–
Totale netto	–	–	–	–	62030.60	–	–
Sconto regionale 13 % ³⁾	–	–	–	–	-8064.–	–	–
Totale netto (IVA escl.)	–	–	–	–	53966.60	–	–

¹⁾ Vedere tabella a pieghevole

²⁾ 2 settimane

³⁾ Sconto regionale alla prenotazione per tutta una regione linguistica



Spazi promozionali

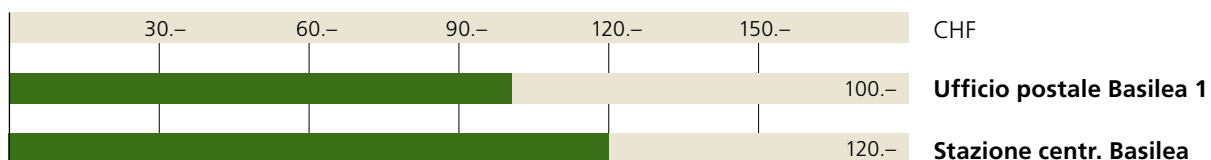
Quattro metri quadrati per valorizzare il vostro marchio

È un piccolo quadrato di 2x2 metri, ma racchiude in sé la garanzia del successo. E i clienti che hanno già prenotato gli spazi promozionali con PubliPoste ne sono entusiasti. Perché raramente sarà possibile avvicinare ancor di più il proprio target.

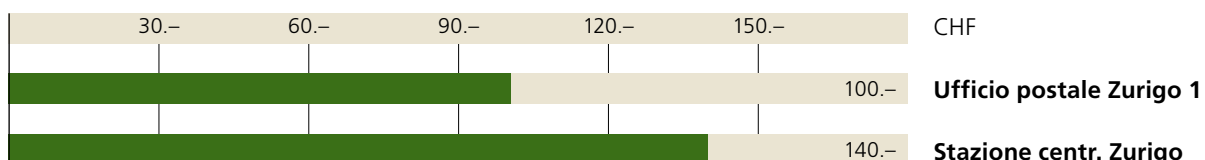
Niente è più efficace del dialogo diretto con un potenziale cliente. Che vogliate effettuare una degustazione offerta dal vostro team promozionale, distribuire con un sorriso volantini o campioni di merce, raccogliere fondi o utilizzare lo spazio

Spazi promozionali a confronto

I costi al metro quadrato a Basilea



I costi al metro quadrato a Zurigo



promozionale per una pura e semplice attività di vendita non fa differenza: qui incontrerete un elevato numero di potenziali clienti e godrete di un ambiente protetto e rilassato.

E ciò si rivela un fattore determinante per la riuscita della vostra iniziativa. Le promozioni organizzate all'aperto sono esposte alle intemperie e al vento, mentre nelle stazioni ferroviarie le persone sono ovviamente di passaggio e dirette altrove. Molti di coloro a cui ci si deve rivolgere reagiscono in modo sgarbato. Per questo la maggior parte dei team di promotori trova più piacevole – e quindi più proficuo – lavorare negli uffici postali. Anche perché lì i clienti non vanno di fretta. E in più c'è da considerare anche la convenienza, come dimostra il raffronto qui sotto.

Fonti

PubliPoste: documentazione delle tariffe 2011
FFS: listino prezzi Promozioni & Eventi in stazione aggiornato a febbraio 2010

Spazi promozionali

PubliPoste vi offre i migliori presupposti per la vostra attività di promozione, mettendovi a disposizione quattro metri quadrati in 100 uffici postali di tutto il territorio svizzero. Sarete voi a decidere la durata della vostra campagna e gli uffici postali in cui essa avrà luogo, per esempio mandando in giro un unico piccolo team di promotori, oppure organizzando un'iniziativa da compiersi su tutto il territorio nazionale, in un giorno preciso e negli uffici postali da voi prescelti.

Nel prezzo sono rispettivamente compresi anche due spazi per manifesti, così i vostri futuri clienti potranno scoprire in anticipo di cosa si tratta. Anche questo eleverà ulteriormente la qualità del colloquio promozionale. Sfruttate un'opportunità unica per tramutare un riscontro amichevole in un colloquio costruttivo e in una relazione commerciale duratura.

Prezzi spazi promozionali (indoor)

Cantone	Gruppo 1		Gruppo 2		Totale uffici postali
	Numero di uffici postali	Uffici postali (elenco aggiornato a novembre 2011)	Numero di uffici postali	Uffici postali (elenco aggiornato a novembre 2011)	
Argovia	4	Aarau 1 Baden 1 Brugg 1 Zofingen	3	Lenzburg 1 Spreitenbach Wohlen 1	7
Basilea	3	Basilea 1 Basilea 2 Basilea 5	–	–	3
Berna	5	Berna 1 Berna 7 Berna 18 Bienne 1 Thun 1	3	Münchenbuchsee Thun 4 Uetendorf	8
Friburgo	1	Friburgo 1	2	Friburgo 5 Morat	3
Ginevra	2	Ginevra 1	7	Carouge Chêne-Bourg Ginevra 3 Meyrin 1 Petit-Lancy Thônex Versoix	9
Glarona	–	–	1	Glarona	1
Grigioni	2	Coira 2 Davos Platz 1	3	Pontresina Scuol St. Moritz 1	5
Giura	–	–	1	Porrentruy 1	1
Lucerna	1	Kriens 1	4	Emmenbrücke 1 Lucerna 2 Lucerna 7 Reiden	5
Neuchâtel	2	La Chaux-de-Fonds 1 Neuchâtel 1	2	Le Locle Peseux	4
Sciaffusa	1	Sciaffusa 1	–	–	1
Svitto	–	–	1	Svitto	1
Soletta	1	Soletta 2	1	Balsthal	2
San Gallo	2	Buchs 1 San Gallo 1	6	Altstätten Bad Ragaz Heerbrugg San Gallo 4 San Gallo 6 Uzwil	8
Ticino	4	Bellinzona 1 Chiasso 1 Locarno 1 Lugano 1	7	Ascona Biasca Giubiasco Losone Lugano 6 Mendrisio Serfontana	11
Turgovia	1	Kreuzlingen 1	3	Arbon Steckborn Weinfelden	4
Vaud	4	Losanna 1 Losanna 2 Vevey 1 Yverdon-les-Bains 1	6	Losanna 16 Montreux 1 Morges 1 Nyon 2 Payerne Prilly	10
Vallese	1	Sion 1	1	Monthey 2	2
Zugo	1	Zugo 1	–	–	1
Zurigo	8	Bülach Glattzentrum Kloten Regensdorf 1 Zurigo 1 Zurigo 22 Zurigo 26 Zurigo 50	6	Adliswil 1 Effretikon Winterthur 4 Winterthur 11 Zurigo 27 Zurigo 49	14
Totale generale	43	CHF 400.– al giorno/ufficio postale	57	CHF 300.– al giorno/ufficio postale	100

- I prezzi includono due superfici per affissioni da 50 x 70 cm, allacciamento corrente elettrica 220 V e accesso all'acqua corrente Condizioni a pagina 22/23
- Prezzi in CHF e per ufficio postale, IVA esclusa



Dispenser

Come catturare l'interesse

Quando si tratta di opuscoli, cataloghi, periodici e mezzi di comunicazione simili la faccenda diventa complicata, perché questi strumenti sono realmente utili solo nelle mani delle persone interessate. Ecco perché i dispenser nell'ufficio postale rappresentano il punto più indicato dove esporre prodotti di questo tipo.

I dispenser di PubliPoste sono sempre e comunque posizionati in modo talmente strategico da non poter passare inosservati. Inoltre sono studiati per l'esposizione di cataloghi, opuscoli, prospetti, periodici, depliant e cartoline di risposta. La soluzione ideale per divulgare messaggi e informazioni, anche complesse, che abbiano un impatto prolungato nel tempo.

Con i dispenser avrete la certezza che il vostro target farà incetta di materiale informativo. E che la quota di dispersione sarà quasi nulla, specie se proporrete un prodotto dal taglio particolarmente accattivante. Per amplificarne l'efficacia basterà abbinare gli stampati esposti a uno spot su CanalPoste, oppure prenotare un manifesto negli uffici postali interessati, per esempio direttamente accanto al dispenser.

Dispenser

L'incubo di chi fa pubblicità è avere a che fare con prospetti sciupati e malridotti. Affinché i vostri prodotti siano sempre freschi di stampa, ci occupiamo di aggiornare, rifornire e mettere a posto ogni giorno i nostri dispenser. Così il vostro messaggio si presenterà sempre nella sua veste migliore.

Normalmente chi si intrattiene in un ufficio postale ha un po' di tempo per guardarsi attorno. Se l'attenzione è rivolta a

materiale informativo facilmente accessibile, allora il gioco è fatto. Il vostro potenziale cliente prenderà in mano il prospetto pubblicitario, inizierà a sfogliarlo e, se l'offerta incontra le sue esigenze, non esiterà a portarlo con sé. Usando questa tecnica di vendita, sfrutterete al massimo un attimo prezioso per trasmettere il vostro messaggio.

Prezzi dei dispenser singoli (dispenser di CanalPoste a pagina 18)

	Gruppo 1		Gruppo 2		Gruppo 3	
	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.
Prezzi a seconda dei mezzi pubblicitari						
Mezzi pubblicitari fino a 250 g	70.–	35.–	46.–	23.–	26.–	13.–
Mezzi pubblicitari 251–500 g ¹⁾	80.–	40.–	48.–	24.–	28.–	14.–

- Copertura minima 1 regione economica
- Formato dispenser: max. A4 = 210 x 297 mm (verticale)
- In caso di prenotazione per tutta una regione linguistica o per tutta la Svizzera si applica uno sconto del 13 %
- I prezzi includono la spedizione, i controlli giornalieri di qualità e le ordinazioni successive tramite gli uffici postali
- Prezzi in CHF e per ufficio postale, IVA esclusa

Condizioni a pagina 22/23
Tariffe cartelloni A4 per dispenser a pagina 11

Sconto regionale: 13 % di sconto alla prenotazione per tutta una regione linguistica o per tutta la Svizzera

Esempio di calcolo: tiratura dispenser (mezzi pubblicitari fino a 250 g¹⁾), gruppi 1 e 2, regioni economiche 43 e 44, 4 settimane, luglio

Regione	Gruppo	Numero di POS ²⁾	Prezzo base ³⁾	Settimane	Prezzo totale	Cont. Es.	TMC
Reg. ec. 43/44	1	20	70.–	4	2 800.–	682 000	4.11
Reg. ec. 43/44	2	102	46.–	4	9 384.–	1 122 000	8.36
Totale lordo	–	122	–	–	12 184.–	1 804 000	6.75
Sconto sul fatturato 2 %	–	–	–	–	-243.70	–	–
Totale netto	–	–	–	–	11 940.30–	–	–
Sconto estivo 5 %	–	–	–	–	-597.–	–	–
Totale netto (IVA escl.)	–	–	–	–	11 343.30	–	–

¹⁾ Mezzi pubblicitari oltre 501 g/unità e/o volumi superiori alla media: prezzo da convenire

²⁾ Vedere tabella a pieghevole

³⁾ 2 settimane



CanalPoste

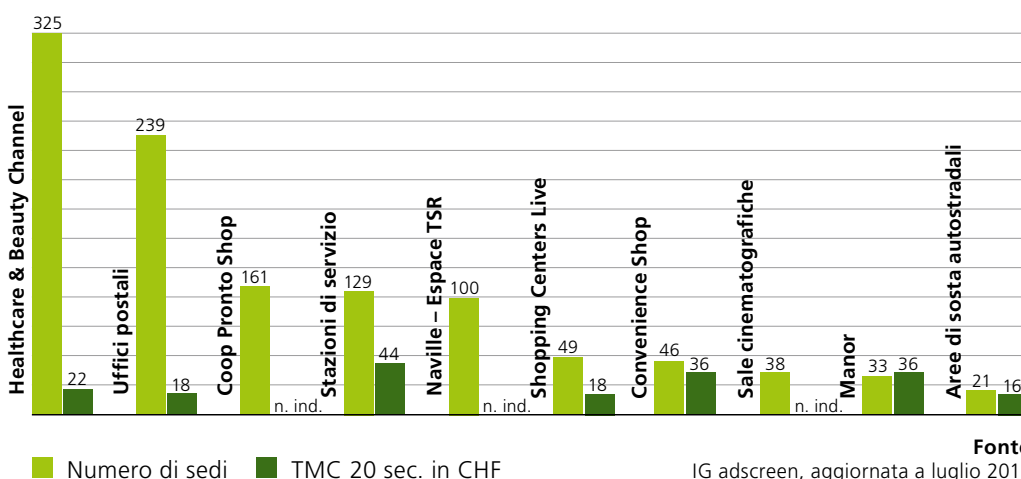
La migliore rete AdScreen – nuovo nel formato 16:9

La regola è chiarissima e straordinariamente semplice: il movimento cattura l'attenzione. Questo è il motivo del crescente apprezzamento riscosso dalla cosiddetta comunicazione «out of home». CanalPoste non è solo la più fitta rete di AdScreen della Svizzera ma, vista l'esperienza e il know-how di PubliPoste, può considerarsi senza dubbio anche la migliore.

Con l'accensione dei primi schermi di «Canal Jaune» nel 1995 la Posta Svizzera ha assunto un ruolo di precursore che detiene ancora a tutti gli effetti.

Oggi CanalPoste rappresenta la ribalta ideale per la vostra immagine, consentendovi di trasmettere il vostro spot attraverso oltre 360 schermi installati in circa 240 uffici postali della Svizzera. L'approntamento di nuovi schermi su supporti a colonna ancora più eleganti prosegue ininterrottamente da settembre 2011. Gli stessi monitor sono stati notevolmente ingranditi e posizionati ancora più in alto, così da garantire la visione del vostro spot da qualsiasi punto dell'ufficio postale. Gli spot vengono trasmessi ogni 5 a 7 minuti nel nuovo formato 16:9.

Numero di sedi e TMC a confronto



PubliPost è membro della



Spot su CanalPoste

Alcuni studi hanno dimostrato che le immagini in movimento restano oltremodo impresse nella memoria di chi le osserva. A ciò si aggiunge il fatto che il fascino della luce sullo schermo oscura letteralmente l'effetto del manifesto. Gli spot di CanalPoste sono quindi la soluzione ideale non solo per la promozione vendite e le iniziative reminder, ma anche per la pubblicità d'immagine e il consolidamento del brand.

Gli schermi di CanalPoste – presenti in 239 uffici postali – sono posizionati in modo talmente strategico da non poter passare inosservati. Esaminate nelle seguenti pagine le possibili interessanti combinazioni con i dispenser di CanalPoste e l'offerta della sponsorizzazione CanalPoste.

Reti CanalPoste	
	Numero di uffici
Reti nazionali	
Svizzera ¹⁾	239
Reti nazionali per lingua	
Svizzera tedesca	178
Svizzera romanda	45
Svizzera italiana	18
Reti regionali	
Ginevra	16
Vaud	20
Giura	9
Berna	25
Mittelland	23
Basilea	21
Zurigo	62
Svizzera centrale	24
Svizzera orientale	20
Ticino	18
Ticino: Sottoceneri o Sopraceneri	ciascuno 9
Reti urbane	
Ginevra città	16
Losanna città	11
Berna città	12
Basilea città	11
Zurigo città	23
Winterthur città	5
Lucerna città	10
Swiss Cities di lingua tedesca ²⁾	61
Swiss Cities di lingua francese ³⁾	27
Swiss Cities di lingua italiana ⁴⁾	9
Swiss Cities totale	97

Prezzi per gli spot su CanalPoste		
Tempo di trasmissione	Prezzo/sec./POS (2 settimane)	Ogni settimana suppl.
Tutto il giorno con prime time	6.–	3.–
Solo prime time ⁵⁾	5.50	2.75
Tutto il giorno senza prime time ⁶⁾	5.–	2.50

Condizioni a pagina 22/23

Ora anche spazi «prime time» da prenotare

- ¹⁾ Gli uffici postali plurilingue sono stati contati una sola volta
- ²⁾ Città: Berna, Lucerna, Basilea, Zurigo, Winterthur
- ³⁾ Città: Ginevra, Losanna
- ⁴⁾ Città: Bellinzona, Chiasso, Locarno, Lugano
- ⁵⁾ Prime time 1: dall'apertura dello sportello fino alle 9
Prime time 2: dalle 11 alle 13 (in relazione agli orari di apertura di mezzogiorno)
Prime time 3: dalle 16 fino a chiusura dello sportello
- ⁶⁾ Dalle 9 alle 11 e dalle 13 alle 16

Per le indicazioni tecniche di produzione vedere a pagina 26.

Esempio di calcolo: Spot da 20" su CanalPoste, Mittelland, 6 settimane

Regione	Numero di POS	Settimane	Secondi	Tempo di trasmissione	Prezzo/sec. ¹⁾	Prezzo totale	Cont. Es. ²⁾	TMC
Mittelland	23	2	20	Tutto il giorno con prime time	6.–	2760.–	134073	20.59
Mittelland	23	2	20	Solo prime time	5.50	2530.–	n. ind.	n. ind.
Mittelland	23	2	20	Tutto il giorno senza prime time	5.–	2300.–	n. ind.	n. ind.

¹⁾ Prezzo al secondo per ufficio postale per due settimane

²⁾ Copertura lorda ponderata: frequenza dei passanti × grado di attenzione × OTS

Dispenser CanalPoste



Prenotate lo spot su CanalPoste unendo anche il relativo dispenser: così il vostro messaggio rimarrà impresso nella memoria. La possibilità di fornire un solido background informativo attraverso lo stampato pubblicitario amplifica notevolmente l'effetto desiderato. Il vostro spot servirà ad attirare l'attenzione del vostro target, anche perché il mezzo visivo innalza notevolmente la voglia di leggere.

L'effetto sinergico è oltremodo persuasivo. Abbinando gli spot di CanalPoste a periodici, riviste, prospetti o depliant rivolgerete i vostri messaggi ad un pubblico ancora più mirato. Non solo: questa sinergia diventa ancora più interessante grazie allo sconto del 5% previsto su questa combinazione.

5% di sconto nel caso di una prenotazione combinata di spazi pubblicitari con spot su CanalPoste

Prezzi dei dispenser CanalPoste (prezzi dispenser singoli a pagina 15)

Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.	Prezzo base (2 settimane)	Ogni settimana suppl.
fino a 250 g		da 251 a 500 g¹⁾	
70.-	35.-	80.-	40.-

Condizioni a pagina 22/23

- Formato dispenser max. A4 = 210 x 297 mm (verticale)
- I prezzi includono la spedizione, i controlli giornalieri di qualità e le ordinazioni successive tramite gli uffici postali
- Prezzi in CHF e per ufficio postale, IVA esclusa

Esempio di calcolo: dispenser CanalPoste (fino a 250 g), Ginevra e Vaud, 8 settimane

Regione	Numero di POS ²⁾	Prezzo base ³⁾	Settimane	Prezzo totale	Cont. Es. ⁴⁾	TMC
Ginevra	16	70.-	8	4480.-	376968	11.88
Vaud	20	70.-	8	5600.-	553360	10.12
Totale lordo	36	-	-	10080.-	930328	10.83
Sconto sul fatturato 6%	-	-	-	-604.80	-	-
Totale netto (IVA escl.)	-	-	-	9475.20	-	-

¹⁾ Mezzi pubblicitari oltre 501 g/unità e/o volumini superiori alla media: prezzo da convenire

²⁾ Vedere reti a pagina 17

³⁾ 2 settimane

⁴⁾ Copertura lorda ponderata: frequenza dei passanti x grado di attenzione x OTS

Sponsorizzazione CanalPoste

La qualità delle immagini trasmesse dagli schermi di Canal-Poste è davvero apprezzabile, esattamente come la loro collocazione. Impossibile non vederli! Tutte premesse ideali, quindi, per presentare il proprio marchio, prodotto o la propria azienda in modo simpatico e in una cornice gradevole.



E il corrispondente logo resta impresso nella memoria in quanto legato a un servizio straordinariamente utile come quello delle previsioni meteorologiche. Anche nell'eccezionale caso in cui si debba preannunciare l'arrivo della pioggia!

Sponsorizzazione con meteo

Le previsioni su CanalPoste si riferiscono alla situazione attuale e dei cinque giorni successivi.

Inoltre è possibile inserire uno spot di sette secondi sia prima che dopo le previsioni. Questa interessante offerta è prenotabile di volta in volta per la durata di un mese. Durante questo periodo il vostro spot sarà trasmesso, e visto, almeno 2200 volte in tutta la Svizzera.

Offerta di sponsorizzazione su CanalPoste (prenotabile solo a livello nazionale)

Meteo prenotabile ogni volta per un mese (4 settimane)
2200 trasmissioni al mese
Uno spot di 7" prima e dopo le previsioni
Totale lordo 9900.-

Condizioni a pagina 22/23

Prezzi per la sponsorizzazione su CanalPoste

Durata trasmissione	Meteo
4 settimane	9900.-
8 settimane	19000.-
12 settimane	29000.-
16 settimane	38000.-
20 settimane	48000.-
24 settimane	57000.-
28 settimane	67000.-
32 settimane	76000.-
36 settimane	86000.-
40 settimane	95000.-
44 settimane	105000.-
48 settimane	114000.-
52 settimane	124000.-



Offerte combinate

Perché nulla crea più impatto delle sinergie

Più attenzione prenotate, meno caro sarà il suo prezzo. O, detto in altri termini: chi prenota una combinazione di mezzi con PubliPoste, ha un vantaggio doppio o addirittura triplo.

L'insieme di vari mezzi di comunicazione innalza radicalmente il grado di impatto. Manifesti di supporto a una promozione, spot su CanalPoste abbinati ai corrispondenti opuscoli, cartelloni per amplificare l'effetto della consegna allo sportello: le sinergie, in questo caso, si possono quasi toccare con mano.

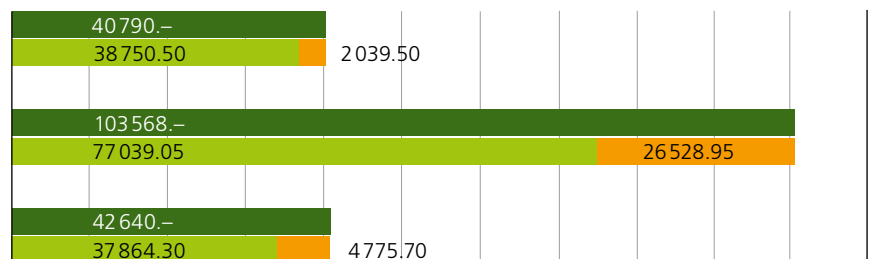
Il manifesto, per esempio, è particolarmente versatile come supporto per altri mezzi pubblicitari. Ma è prenotando uno spot su CanalPoste che l'impatto viene massimizzato, specie se lo si abbina anche al relativo dispenser e si completa il tutto con manifesti nel formato F4. Un impatto massimo ad un prezzo sorprendentemente basso.

In effetti, più aumenta la vostra presenza, più alto è lo sconto che vi proponiamo. Le percentuali vengono calcolate sempre sull'importo totale. Risultato: maggiore attenzione ad un prezzo ridotto.

Potenziale di risparmio mediante offerte combinate

Esempio di calcolo 1

Consegna allo sportello e manifesto F4



Esempio di calcolo 2

Dispenser e locandina A4

Esempio di calcolo 3

Spot su CanalPoste e dispenser CanalPoste e manifesto F4

■ Somma dei costi singoli ■ Costi dell'offerta combinata ■ Questo è il vostro risparmio

Offerte combinate

Più prenotate, maggiore è lo sconto che vi garantiamo. Le combinazioni possibili sono praticamente illimitate: ai diversi mezzi pubblicitari si possono infatti abbinare vari tipi di ufficio postale, regioni economiche, aree linguistiche, ecc. Di seguito vi mostriamo alcuni esempi di calcolo, ma ricordate che ogni cliente ha esigenze di comunicazione diverse da quelle di tutti

gli altri. La cosa migliore è richiedere la nostra consulenza: esponeteci semplicemente le vostre idee, resterete sorpresi dell'eccellente combinazione che vi offriremo!

**Sconto combinato: 2 supporti pubblicitari 5 %
3 supporti pubblicitari 7,5 %**

Esempio di calcolo 1: consegna allo sportello 40 000 pezzi (fino a 250 g) e manifesti F4, gruppo 1 e 2, Svizzera occidentale, 2 settimane

Strumento pubblicitario	Gruppo	Numero di POS ¹⁾	Prezzo base ²⁾	Settimane	Prezzo totale
Consegna allo sportello, 40 000 pezzi	1, 2	145	0.74	2	29 600.–
Manifesto F4	1	21	90.–	2	1 890.–
Manifesto F4	2	124	75.–	2	9 300.–
Totale lordo	–	ciascuno 145	–	–	40 790.–
Sconto promozione combinata 5 %	–	–	–	–	-2 039.50
Totale netto (IVA esclusa)	–	–	–	–	38 750.50

Esempio di calcolo 2: locandina A4 e dispenser (materiale pubblicitario fino a 250 g), gruppo 2 e 3, tutta la Svizzera, 2 settimane

Strumento pubblicitario	Gruppo	Numero di POS ¹⁾	Prezzo base ²⁾	Settimane	Prezzo totale
Locandina A4	2	536	30.–	2	16 080.–
Locandina A4	3	1 232	25.–	2	30 800.–
Dispenser	2	536	46.–	2	24 656.–
Dispenser	3	1 232	26.–	2	32 032.–
Totale lordo	–	ciascuno 1 768	–	–	103 568.–
Sconto sull'importo fatturato 10 %	–	–	–	–	-10 356.80
Totale netto	–	–	–	–	93 211.20
Sconto promozione combinata 5 %	–	–	–	–	-4 660.55
Totale netto	–	–	–	–	88 550.65
Sconto regionale 13 % ³⁾	–	–	–	–	-11 511.60
Totale netto (IVA esclusa)	–	–	–	–	77 039.05

Esempio di calcolo 3: spot da 15" su CanalPoste con dispenser CanalPoste e manifesto F4, Svizzera tedesca, 2 settimane

Strumento pubblicitario	Gruppo	Numero di POS ¹⁾	Prezzo base ²⁾	Settimane	Prezzo totale
CanalPoste (tutto il giorno con prime time)	1, 2	178	6.–/sec.	2	16 020.–
Dispenser CanalPoste	1, 2	178	70.–	2	12 460.–
Manifesto F4	1	54	90.–	2	4 860.–
Manifesto F4	2	124	75.–	2	9 300.–
Totale lordo	–	ciascuno 178	–	–	42 640.–
Sconto sull'importo fatturato 9 %	–	–	–	–	-1 705.60
Totale netto	–	–	–	–	40 934.40
Sconto promozione combinata 7,5 %	–	–	–	–	-3 070.10
Totale netto (IVA esclusa)	–	–	–	–	37 864.30

¹⁾ Vedere tabella a pieghevole

²⁾ 2 settimane

³⁾ Sconto regionale per una copertura nazionale

La combinazione giusta

Aumentando le prenotazioni, crescono anche gli sconti

	Offerta		Sconti ¹⁾			
	Durata prenotabile	Copertura minima	Sconto organizz. con agev. fiscali	Sconto sul fatturato	Sconto promoz. ripetute (all'anno)	Sconto durata prenotabile
Consegne allo sportello	La durata della promozione dipende dalla quantità del materiale da distribuire per ogni ufficio postale. La promozione termina quando tutto il materiale è stato distribuito. Di solito la durata è di 2 settimane consecutive.	Tiratura minima: 10000 copie Libera scelta tra uffici postali dei gruppi 1-3.	Condizioni speciali per organizzazioni a scopo benefico, comuni e istituzioni pubbliche: 25 %. Lo sconto non è cumulabile con gli sconti supplementari.	Lo sconto è già incluso negli scaglioni di prezzo.	Lo sconto è già incluso negli scaglioni di prezzo.	Lo sconto è già incluso negli scaglioni di prezzo.
Cartelloni	Minimo 2 settimane consecutive. In caso di durata prenotabile inferiore i costi logistici vanno addebitati in proporzione.	Regionale: minimo una regione economica Per il gruppo 1 non è prevista la prenotazione singola.	Condizioni speciali per organizzazioni a scopo benefico, comuni e istituzioni pubbliche: 25 %. Lo sconto non è cumulabile con gli sconti supplementari.	Da CHF 10000.– 1 % Per ogni ulteriore importo di CHF 10000.–: 1 % (max 20 %)	2 prenotaz. 1,0 % 3 prenotaz. 2,0 % 4 prenotaz. 4,0 %	Da 4 settimane 6 settimane 8 settimane 12 settimane 26 settimane
Spazi promozionali	Minimo 1 giorno. Durata minima consigliata per ciascun ufficio postale: gruppo 1 = 3-5 giorni gruppo 2 = 2-4 giorni	1 ufficio postale	Condizioni speciali per organizzazioni a scopo benefico, comuni e istituzioni pubbliche: 25 %. Lo sconto non è cumulabile con gli sconti supplementari.	Da CHF 10000.– 1 % Per ogni ulteriore importo di CHF 10000.–: 1 % (max 20 %)	–	Da 20 giorni 30 giorni 40 giorni 60 giorni 130 giorni
Dispenser	Minimo 2 settimane consecutive. In caso di durata prenotabile inferiore i costi logistici vanno addebitati in proporzione.	Regionale: minimo una regione economica Per il gruppo 1 non è prevista la prenotazione singola.	Condizioni speciali per organizzazioni a scopo benefico, comuni e istituzioni pubbliche: 25 %. Lo sconto non è cumulabile con gli sconti supplementari.	Da CHF 10000.– 1 % Per ogni ulteriore importo di CHF 10000.–: 1 % (max 20 %)	2 prenotaz. 1,0 % 3 prenotaz. 2,0 % 4 prenotaz. 4,0 %	Da 4 settimane 6 settimane 8 settimane 12 settimane 26 settimane
Spot su CanalPoste	Minimo 2 settimane consecutive.	Una rete (vedere suddivisione reti a pagina 17). Ogni spot viene trasmesso, in media, ogni 5-7 minuti.	Condizioni speciali per organizzazioni a scopo benefico, comuni e istituzioni pubbliche: 50 %. Lo sconto non è cumulabile con gli sconti supplementari.	Da CHF 10000.– 1 % Per ogni ulteriore importo di CHF 10000.–: 1 % (max 20 %)	2 prenotaz. 1,0 % 3 prenotaz. 2,0 % 4 prenotaz. 4,0 %	Da 4 settimane 6 settimane 8 settimane 12 settimane 26 settimane
Dispenser CanalPoste	Minimo 2 settimane consecutive. In caso di durata prenotabile inferiore i costi logistici vanno addebitati in proporzione.	Una rete (vedere suddivisione reti a pagina 17).	Condizioni speciali per organizzazioni a scopo benefico, comuni e istituzioni pubbliche: 25 %. Lo sconto non è cumulabile con gli sconti supplementari.	Da CHF 10000.– 1 % Per ogni ulteriore importo di CHF 10000.–: 1 % (max 20 %)	2 prenotaz. 1,0 % 3 prenotaz. 2,0 % 4 prenotaz. 4,0 %	Da 4 settimane 6 settimane 8 settimane 12 settimane 26 settimane
Sponsorizzazione CanalPoste	Minimo 4 settimane consecutive.	Prenotabile solo a livello nazionale.	–	–	–	–

¹⁾ Gli sconti non sono cumulabili; a tal proposito fa fede lo sconto più elevato

²⁾ Gli sconti supplementari sono cumulabili

³⁾ Solo se si raggiunge il prezzo lordo di CHF 6000.–

Sconti supplementari ²⁾					Supplementi	
	Sconto combinato ³⁾	Sconto regionale	Sconto estivo	Commissione di consulenza	Supplementi	Prestazioni supplementari
	Prenotazione contemporanea 2 supporti pubblicitari 5% 3 o più supporti pubblicitari 7,5%	–	Lo sconto è già incluso negli scaglioni di prezzo.	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	Progetti speciali: i costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	I servizi suppl. vengono calcolati in base a spese e costi eff., p.es.: – restituzione di materiale promozionale (CHF 30.– per ufficio postale) – conteggio del materiale pubblicitario residuo – feedback ad hoc sui clienti dei POS, ecc.
2,0% 4,0% 6,0% 13,0% 17,5%	Prenotazione contemporanea 2 supporti pubblicitari 5% 3 o più supporti pubblicitari 7,5%	13% di sconto alla prenotazione per tutta una regione linguistica o per tutta la Svizzera	Luglio e agosto: 5%	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	Attività promozionali inferiori a CHF 6000.–: supplemento di CHF 500.– per spese amministrative. I costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	I servizi supplementari vengono calcolati in base a spese e costi effettivi.
2,5% 5,0% 7,5% 15,0% 20,0%	Prenotazione contemporanea 2 supporti pubblicitari 5% 3 o più supporti pubblicitari 7,5%	–	Luglio e agosto: 5%	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	Progetti speciali: i costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	I servizi supplementari vengono calcolati in base a spese e costi effettivi.
2,0% 4,0% 6,0% 13,0% 17,5%	Prenotazione contemporanea 2 supporti pubblicitari 5% 3 o più supporti pubblicitari 7,5%	13% di sconto alla prenotazione per tutta una regione linguistica o per tutta la Svizzera	Luglio e agosto: 5%	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	Attività promozionali inferiori a CHF 6000.–: supplemento di CHF 500.– per spese amministrative. I costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	I servizi suppl. vengono calcolati in base a spese e costi eff., p.es.: – restituzione di materiale promozionale (CHF 30.– per ufficio postale) – conteggio del materiale pubblicitario residuo – feedback ad hoc sui clienti dei POS, ecc.
2,0% 4,0% 6,0% 13,0% 17,5%	Prenotazione contemporanea 2 supporti pubblicitari 5% 3 o più supporti pubblicitari 7,5%	–	Luglio e agosto: 5%	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	Progetti speciali: i costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	Il nostro produttore di spot pubblicitari è a vostra disposizione per eventuali adeguamenti tecnici di spot già prodotti o per nuove produzioni appositamente studiate per CanalPoste (indirizzo a pagina 30).
2,0% 4,0% 6,0% 13,0% 17,5%	Prenotazione contemporanea 2 supporti pubblicitari 5% 3 o più supporti pubblicitari 7,5%	–	Luglio e agosto: 5%	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	Attività promozionali inferiori a CHF 6000.–: supplemento di CHF 500.– per spese amministrative. I costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	I servizi suppl. vengono calcolati in base a spese e costi eff., p.es.: – restituzione di materiale promozionale (CHF 30.– per ufficio postale) – conteggio del materiale pubblicitario residuo – feedback ad hoc sui clienti dei POS, ecc.
	–	–	Luglio e agosto: 5%	10% di commissione consulenza sull'importo netto della fattura per le agenzie riconosciute dalla PS (Pubblicità Svizzera).	I costi vengono calcolati sul prezzo lordo della promozione in base alle spese effettive.	–

Le condizioni generali per le campagne pubblicitarie negli uffici postali sono parte integrante delle presenti condizioni (vedere a pagina 24/25).

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 allegate 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 tre 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 tre 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 tre 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 quattro 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.

4.4 Promozioni

Superficie di promozione: Il cliente svolge la promozione nello spazio contrassegnato dall'apposito tappetino all'interno dell'ufficio postale. Al cliente è permesso inoltre contattare, servire e invitare i visitatori dell'ufficio postale anche al di fuori di tale spazio. Sono ammessi al massimo due promoter per ciascun ufficio postale.

Orari di apertura: Il cliente svolge la promozione durante gli orari di apertura dell'ufficio postale. Gli orari di apertura vengono comunicati al cliente con la conferma d'ordine.

Accesso agli impianti igienici / all'acqua corrente: L'accesso all'acqua corrente e l'utilizzo degli impianti igienici vengono concordati con la persona competente all'interno dell'ufficio postale, seguendo rigorosamente le sue istruzioni (in particolare in materia di sicurezza).

5. Rifiuto

5.1 Rifiuto di mezzi pubblicitari

La Posta può rifiutare i mezzi pubblicitari in particolare se sono stati prodotti in modo inadeguato o non idoneo al tipo di pubblicità scelto (es. campioni di merce facilmente deteriorabile, ecc.), se contravvengono ai principi di cui al punto 2 o se gli originali non sono stati precedentemente sottoposti all'approvazione della Posta come previsto ai punti 3.2 e 3.3. Il compenso stabilito rimane comunque integralmente dovuto.

5.2 Rifiuto di una promozione

La Posta può rifiutare le promozioni in particolare nel caso in cui contravvengano ai principi di cui al punto 2. Non vengono accettate le promozioni di clienti noti per l'aggressività dei loro metodi di vendita. Tale decisione compete unicamente alla Posta.

5.3 Interruzione di una promozione

Se un cliente contravviene alle condizioni generali (hard selling, irritazione da parte dei clienti, ecc.), violando in particolare i principi di cui al punto 2, la Posta è autorizzata a interrompere la promozione con effetto immediato e senza dover sostenere alcuna spesa. Il compenso stabilito rimane comunque integralmente dovuto.

6. Inizio e durata della promozione pubblicitaria

La Posta stabilisce l'inizio e la durata della promozione pubblicitaria previo accordo con il cliente.

7. Esclusività

La Posta non garantisce alcun diritto di esclusiva al cliente. Essa, in particolare, si riserva di organizzare in qualsiasi momento iniziative promozionali negli uffici postali anche con altri clienti di sua scelta, oppure di fare pubblicità ai propri prodotti.

8. Compenso

8.1 Prezzi

Il prezzo per la promozione pubblicitaria si basa sugli ultimi listini prezzi della Posta.

8.2 Fatturazione

Generalmente la Posta invia la fattura al cliente alla conclusione della promozione. Essa, tuttavia, si riserva il diritto di richiedere il pagamento con la conferma d'ordine o all'inizio della promozione. Le fatture devono essere pagate a 30 giorni netto. Il cliente non è autorizzato a compensare i crediti della Posta con eventuali crediti in contropartita.

9. Successione giuridica e cessione

In caso di acquisizione, fusione, trasformazione, ecc. dell'attività commerciale, il cliente è tenuto a trasferire al proprio successore giuridico l'obbligo di adempimento del contratto; la sua citabilità in giudizio permane fino alla revoca scritta da parte della Posta. Non è ammessa la cessione parziale o totale del contratto a terzi.

10. Responsabilità della Posta

La Posta è responsabile dello svolgimento della promozione pubblicitaria in conformità all'ordine. Eventuali danni devono essere comprovati dal cliente. L'ammontare dell'indennizzo è limitato al compenso stabilito. La Posta non si assume alcuna responsabilità:

- per danni arrecati ai mezzi pubblicitari da parte di terzi;
- per perdite di guadagno o danni conseguenti;
- per la minore efficacia della promozione eventualmente dovuta a lavori di costruzione in corso nel relativo ufficio postale.

11. Responsabilità del cliente

Il cliente è responsabile nei confronti della Posta, dei suoi collaboratori e dei soggetti terzi per tutti i danni causati da una sua violazione contrattuale e dai mezzi pubblicitari, a meno che non possa comprovare la sua estraneità. Il compenso stabilito rimane interamente dovuto anche in caso di mancata consegna o di consegna ritardata nonché danneggiata del materiale di produzione, degli stampati e dei campioni di merce. Una volta iniziata la promozione, la Posta ha il diritto di interrompere la promozione pubblicitaria qualora constati che la pubblicità trasgredisce il punto 2 delle presenti CGC. Il compenso stabilito rimane comunque integralmente dovuto.

12. Reclami dei clienti

I reclami da parte dei clienti devono essere presentati durante la promozione, affinché PubliPoste possa intervenire con tempestività.

13. Prenotazioni

In linea di massima è possibile effettuare prenotazioni. Esse, tuttavia, diventano vincolanti solo con la conferma d'ordine della Posta.

14. Annullamento della promozione pubblicitaria

Il cliente ha il diritto di annullare la promozione pubblicitaria senza conseguenze finanziarie a condizione che l'annullamento sia pervenuto alla Posta al più tardi 12 settimane prima dell'inizio della promozione. In caso di annullamento successivo a tale termine, la Posta addebita i seguenti indennizzi:

- fino a 11 settimane prima dell'inizio della promozione:
 - 10 % dell'importo fatturato;
- da 10 a 7 settimane prima dell'inizio della promozione:
 - 20 % dell'importo fatturato;
- da 6 a 5 settimane prima dell'inizio della promozione:
 - 50 % dell'importo fatturato;
- a partire da 4 settimane dall'inizio della promozione:
 - 100 % dell'importo fatturato.

L'annullamento deve avvenire in ogni caso per iscritto.

15. Foro competente e diritto applicabile

I contratti sono soggetti esclusivamente al diritto svizzero. Il foro competente è quello di Berna.

Berna, novembre 2011

Ecco alcune delle referenze di PubliPoste



Vi aspettiamo per una consulenza personalizzata

Consulenza e vendita

La Posta Svizzera
Rete postale e vendita
PubliPoste
Viktoriastrasse 21
Casella postale
3030 Berna

Tel. 058 338 38 38
publiposte@posta.ch
www.posta.ch/publiposte

Partner di vendita PubliPoste

mymedia vermarktungs srl
Yvonne Müller
Hüttenrain 26
8143 Stallikon

Tel. 044 700 38 82
mueller@my-media.ch
www.my-media.ch

Indirizzo centrale di consegna mezzi pubblicitari

arvato services g
Ebikonerstrasse 75 (edificio Ringier)
6043 Adligenswil

Tel. 041 317 34 00
info@arvato.ch
www.arvato.ch

Partner di vendita CanalPoste

Goldbach Media
Seestrasse 39
8700 Küsnacht

Tel. 044 914 92 00
info@goldbachmedia.com
www.goldbachmedia.com

Produzione spot CanalPoste

306.ch – Keller und Partner Srl
Specialista per nuovi mass media
Risere 13
3303 Jegenstorf

Tel. 031 761 00 68
Cell. 076 383 42 44
adi@306.ch
www.306.ch

Indicazioni tecniche di produzione CanalPoste

Si ricorda che le seguenti indicazioni forniscono unicamente dei ragguagli sui vari tipi di formati offerti da CanalPoste.

Per ulteriori dettagli sulle direttive di produzione (frame rate per-messi, risoluzione delle immagini, termini di consegna, ecc.), potete richiedere la guida alla produzione di CanalPoste o rivolgervi al consulente di vendita della vostra zona.

Formato ¹⁾

Immagini fisse	jpg
WMV (formato preferito)	wmv
QuickTime (H264 Baseline)	mov
Adobe Flash	swf

Specifiche

Formato schermo	16:9
Risoluzione	1280 x 720 Pixel
Framerate	25 Fps
Dimensione	max. 20 MB
Senza audio	

¹⁾ I dati che non corrispondono alle direttive di produzione non possono essere mostrati su CanalPoste.

La Posta Svizzera
Rete postale e vendita
PubliPoste
Viktoriastrasse 21
CH-3030 Berna

Tel. 058 338 38 38
publiposte@posta.ch
www.posta.ch/publiposte

LA POSTA 