

Conditions pour la publicité en ligne

1. Applicabilité / Parties contractantes. Les présentes CG à propos de la publicité en ligne régissent les relations contractuelles entre l'annonceur et le MGB (ci-après « l'éditeur ») concernant des mandats publicitaires pour les sites web de l'éditeur (sous réserve de convention écrite contraire, on applique, en cas de contrat écrit, ces CG à titre complémentaire):

Est considéré comme « mandat publicitaire » l'ordre donné par l'annonceur d'insérer un ou plusieurs supports publicitaires sur les sites web de l'éditeur ou la réservation d'un espace publicitaire dans la newsletter. Font partie intégrante de ces CG les règles que l'éditeur publie en ligne ou communique de toute autre manière appropriée (par ex. via e-mail ou par écrit) à l'annonceur et qui précisent, en ce qui concerne les mandats publicitaires pour chaque site web de l'éditeur, les droits et les obligations des parties, les espaces publicitaires mis à disposition, ainsi que le déroulement, le contenu, le prix et le traitement des contrats publicitaires. En particulier, fait partie intégrante du contrat le tarif du site web retenu.

2. Les ordres, la modification et la suspension de mandats publicitaires doivent nous être transmis par écrit. Dans le cadre des présentes CG, les télécopies ou les e-mails envoyés au département des ventes satisfont également à l'exigence de la forme écrite. Sous réserve de conventions individuelles contraires, le contrat n'est en principe conclu qu'une fois que l'annonceur a fait parvenir à l'éditeur l'offre de contracter écrite, en lui transmettant le formulaire d'ordre signé ainsi que le texte de l'annonce, et que l'éditeur a accepté le mandat publicitaire, par confirmation écrite de l'ordre.

En cas d'annulation des mandats publicitaires par l'annonceur jusqu'à trois (3) jours ouvrables avant le commencement de la campagne, la totalité (100%) du remboursement est due. Des reports sont possibles sous réserve des capacités existantes.

A propos des publiereportages : nous nous permettons de vous facturer le travail lié à la préparation d'un publiereportage non publié. Une nouvelle diffusion est soumise aux conditions et prix en vigueur à ce moment-là et qui sont publiés sur les sites web de l'éditeur. L'éditeur décline toute responsabilité en cas d'erreurs dans la transmission des ordres, des modifications et des suspensions de mandats publicitaires.

3. Volume minimal à réserver. Le tarif peut stipuler des volumes minimaux pour les mandats publicitaires. Le cas échéant, ces volumes minimaux devront être respectés par l'annonceur.

4. Les souhaits quant à l'emplacement sont reçus sans engagement. L'éditeur se réserve le droit de modifier l'emplacement des mandats publicitaires pour des raisons techniques, sans en aviser l'annonceur au préalable.

4.1. Les instructions relatives à l'emplacement qui ne sont pas fixées de manière tarifaire font l'objet d'un supplément. Elles n'ont d'effet contraignant qu'après négociation et confirmation.

4.2. Si l'emplacement confirmé ne peut pas être respecté pour des raisons techniques liées à l'éditeur, l'annonceur en est dans la mesure du possible informé à l'avance.

4.3. La non-parution d'un support publicitaire, l'insertion à un autre emplacement ou la parution à une autre date ainsi qu'une exécution tardive à la suite de dysfonctionnements techniques ne sauraient fonder aucune prétention en dommages-intérêts de quelque nature que ce soit.

4.4. L'éditeur n'accorde pas de clause d'exclusivité.

5. Publication des supports publicitaires. L'éditeur se réserve en tout temps le droit d'exiger des modifications des contenus des supports publicitaires, de refuser ou de suspendre des supports publicitaires ou des mandats publicitaires sans indication de motifs.

5.1. Services en ligne (en particulier Internet). L'annonceur autorise l'éditeur, jusqu'à révocation, à intégrer les supports publicitaires à ses propres services en ligne, ou à les publier de toute autre manière et à les traiter dans ce but. L'éditeur s'engage à respecter les normes de protection des données mais n'est toutefois pas en mesure de garantir de façon absolue la confidentialité, l'intégrité, l'authenticité et la disponibilité des données personnelles. L'annonceur prend connaissance du fait que les données personnelles pourront aussi être consultées dans des états ne possédant pas de dispositions de protection des données comparables à celles de la législation suisse. L'annonceur donne ainsi son accord à ce que les supports publicitaires que l'éditeur met en ligne ou publie de toute autre manière ne soient pas mis à la libre disposition de tiers. L'annonceur s'oppose en particulier à la reprise par des tiers

de ses supports publicitaires dans des services en ligne sans l'accord de l'éditeur, et cède à ce dernier le droit de s'opposer à toute exploitation et à tout traitement de ces supports publicitaires en utilisant les moyens nécessaires.

6. Les publicités à caractère politique manifestement conçues pour former ou influencer l'opinion publique en vue d'élections ou de votations doivent être publiées suffisamment tôt avant le passage aux urnes pour que le camp adverse ait lui-même la possibilité de placer des supports publicitaires avant le jour des votations ou des élections. Elles sont en outre soumises aux directives de l'éditeur.

7. La publication d'articles rédactionnels ne peut pas constituer une condition au placement d'ordres d'insertion de supports publicitaires.

8. Responsabilité pour les supports publicitaires. L'annonceur est responsable de chaque utilisation du service par le biais de son compte et, le cas échéant, également de l'utilisation par des tiers. L'annonceur est responsable du contenu des supports publicitaires. Il est tenu de respecter les dispositions, directives et conventions de la branche applicables et de ne pas léser les droits de tiers. Dans la mesure où la législation le permet, il libère l'éditeur, ses organes et auxiliaires de toute responsabilité envers des tiers. Si l'éditeur est poursuivi en justice, l'annonceur est tenu de participer au procès dès la dénonciation du litige. L'annonceur assume en tous les cas tous les frais judiciaires et extrajudiciaires engagés en rapport avec les prétentions de tiers ou dans des procédures auprès des autorités.

9. Droit de réponse. Les requêtes en publication d'une réponse à des supports publicitaires sont, dans toute la mesure du possible, traitées (par l'éditeur) d'entente avec l'annonceur. Si l'éditeur est poursuivi en justice, l'annonceur est tenu de participer au procès dès la dénonciation du litige. L'annonceur assume en tous les cas les frais judiciaires et extrajudiciaires en rapport avec un droit de réponse.

10. Les instructions de mise en page peuvent être reçues dans la mesure des possibilités techniques. Les supports publicitaires doivent être clairement identifiables comme tels par les lecteurs et se distinguer de la partie rédactionnelle par leur mise en page et leur police. L'éditeur se réserve le droit de les signaler en outre par un en-tête « Publicité », « Annonce », ou « Publireportage ». Le logo ou le nom de l'éditeur ainsi que les produits et les sites web de l'éditeur ne peuvent être employés dans les supports publicitaires qu'avec l'accord écrit de l'éditeur.

11. La livraison des supports publicitaires doit être effectuée au plus tard au moment mentionné dans le tarif, faute de quoi la diffusion pourrait ne pas être effectuée dans les délais.

12. Malfaçons, erreurs, défauts / garantie / responsabilité de l'éditeur. L'éditeur s'efforce d'assurer une reproduction des supports publicitaires optimale au regard des standards techniques usuels et de supprimer les malfaçons, erreurs et défauts aussi rapidement que possible. L'annonceur a connaissance du fait que l'état actuel de la technique ne permet pas de garantir en tout temps la disponibilité des systèmes ni une reproduction exempte de défauts. L'éditeur ne garantit ni la disponibilité, ni l'absence d'erreurs, de défauts ou de malfaçons. Sous réserve des cas de négligence grave ou de dol, toute responsabilité de l'éditeur est exclue. Toute responsabilité des auxiliaires de l'éditeur est exclue de manière générale. De surcroît, la responsabilité se limite le cas échéant aux dommages directs et au maximum au remboursement du prix versé par l'annonceur pour le mandat publicitaire en cause ou à l'inscription d'un crédit de (au maximum) même montant pour la publication ultérieure de supports publicitaires.

L'éditeur n'assume en particulier aucune responsabilité lorsque les défauts sont secondaires, par ex. s'ils ne portent pas atteinte de manière significative au sens ou à l'impact publicitaire du support publicitaire, lorsqu'ils sont dus à des perturbations des réseaux de communication (par ex. panne de liaison ou de courant), lorsqu'ils sont provoqués par l'utilisation d'un logiciel ou de matériel informatique inadapté du lecteur (par ex. navigateur), lorsqu'ils apparaissent chez des tiers ou chez l'éditeur en raison d'une panne d'ordinateur ou de logiciel provoquée par une défaillance du système ou de la ligne.

Si la panne est due au serveur de publicité et si elle s'étend sur une longue durée (plus de 10% du temps réservé) d'une réservation fixe liée dans le temps, l'éditeur tentera de fournir ultérieurement la prestation média défaillante ou de prolonger la période d'insertion, dans la mesure où cela correspond aux intérêts de l'annonceur. Si la panne du serveur de publicité n'a aucune incidence sur les expositions publicitaires et que celles-ci sont donc atteintes, il n'y a pas de livraison ultérieure ou de prolongation. Lorsqu'une

livraison ultérieure échoue pendant la période d'insertion réservée initialement ou prolongée, l'annonceur n'est plus tenu de payer les prestations média qui n'ont pas pu être réalisées durant cette période ou en moyenne de toutes les périodes. Des prétentions supplémentaires sont également exclues dans ce cas. L'éditeur n'assume notamment aucune responsabilité pour les supports publicitaires paraissant avec des défauts dus à des projets de publication défectueux ou inadaptés (trames ou traits trop fins, caractères trop petits, etc.), ni pour les divergences liées aux conditions techniques de la procédure de publication (par ex. non-conformité du rendu des couleurs). Il en va de même si le projet de publication, dont la qualité a été critiquée par l'éditeur, n'a malgré cette intervention pas été remplacé par du matériel en bon état.

La rédaction et l'éditeur appliquent les règles d'orthographe en vigueur. Les publiereportages traités par l'éditeur sont publiés, sauf volonté expresse contraire de l'annonceur, conformément aux directives actuelles. L'éditeur décline toute responsabilité pour les erreurs de traduction de documents fournis en langue étrangère.

13. Avis des défauts. L'annonceur est tenu de contrôler le support publicitaire publié immédiatement après sa première parution et de dénoncer immédiatement les éventuels défauts. En cas de défaut apparent, le délai d'avis commence à courir dès la parution du support publicitaire lors de laquelle il convient de vérifier s'il y a des défauts, et se termine au plus tard après la livraison de 20% de la prestation média commandée. Faute d'avis immédiat des défauts, l'exécution de la commande est réputée acceptée. Les réclamations portant sur la facturation ne sont prises en considération que dans un délai de 10 jours après l'établissement de la facture.

14. Le calcul des supports publicitaires s'effectue selon le tarif. Lorsque des mesures sont effectuées, par ex. le nombre de pages consultées, ce sont les mesures et les relevés de compteur de l'éditeur qui sont déterminants.

15. Rabais: Les rabais s'appliquent selon le tarif.

16. Conditions de paiement. Sous réserve de convention contraire, les factures doivent être payées sous 30 jours sans déduction d'escompte. Les déductions d'escompte injustifiées feront l'objet d'une nouvelle facturation.

16.1. En cas de retard de paiement, des frais de rappel de CHF 10.- ainsi qu'un intérêt moratoire de 6 % seront facturés. En cas de poursuite, de sursis concordataire ou de faillite, l'annonceur perd tout droit aux rabais et commissions d'intermédiaire. Les commissions d'intermédiaire déjà versées devront être restituées. De plus, la créance est majorée de 5 % à titre de frais administratifs (min. CHF 50.-, max. CHF 300.-).

16.2. L'éditeur se réserve le droit de contrôler en tout temps la solvabilité des annonceurs.

16.3. For et droit applicable. Le présent contrat est soumis au droit matériel suisse. Le for est à Zurich.

17. Modifications des CG; modifications tarifaires. L'éditeur est en droit de modifier en tout temps les présentes conditions d'insertion, le tarif ainsi que les éventuelles autres réglementations. Ces conditions d'insertion, réglementations et tarifs modifiés entrent en vigueur simultanément pour tous les annonceurs et s'appliquent également aux mandats publicitaires en cours. En cas de modification des prix, l'annonceur a cependant le droit de se départir du contrat dans les 2 semaines suivant la notification écrite des nouveaux prix. Il a dans ce cas seulement droit au remboursement des prestations média qu'il n'a pas utilisées jusqu'au moment en cause et au rabais correspondant selon le tarif aux prestations média effectivement perçues. L'éditeur reste libre de modifier en tout temps notamment les espaces publicitaires mis à disposition ou de les retirer en tout ou en partie de l'offre. Si, pendant la durée d'insertion prévue, l'éditeur modifie considérablement des espaces publicitaires déjà réservés ou s'il y met fin, l'annonceur a droit, pour les prestations média qu'il n'a pas perçues à l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, à un crédit qu'il peut utiliser immédiatement pour réserver les espaces publicitaires modifiés ou autres espaces publicitaires des mêmes sites web.

18. Exclusion des CG de l'annonceur. D'éventuelles conditions générales (« CG ») de l'annonceur sont exclues, même si ce dernier se réfère à ses CG et que l'éditeur omet de s'opposer formellement ou d'exclure (de nouveau) expressément les CG de l'annonceur.

19. Résiliation anticipée du contrat. Si un organe d'insertion met fin à la parution pendant la durée du contrat, l'éditeur peut se départir du contrat sans obligation de substitution. Une résiliation anticipée du

contrat n'a pas pour effet de libérer l'annonceur de l'obligation de payer les supports publicitaires parus. Il n'est pas procédé à des rappels de rabais mais à des bonifications, dans la mesure où un seuil de rabais supérieur est atteint au moment de la résiliation.

**Tous les prix sont indiqués hors taxe sur la valeur ajoutée de 7,7%.
Les présentes CG entrent en vigueur au 09.01.2012.**