

CONDITIONS D'INSERTION Print

1. Application. Les conditions d'insertion règlent les relations contractuelles entre l'annonceur et Tamedia SA (« Éditeur ») en ce qui concerne les commandes publicitaires, dans la mesure où aucun autre accord n'a été stipulé par écrit.

2. Les ordres, modifications et annulations d'annonces doivent être effectués par écrit, les transmissions par fax et par e-mail au service des ventes répondant à ce critère d'exigence par écrit dans le cadre de ces conditions d'insertion. Sous réserve d'accords contraires individuels, le contrat n'entre en vigueur que par une offre écrite pour conclusion de contrat par l'annonceur qui doit transmettre le formulaire de commande signé, un texte de commande et par l'acceptation finale de la commande publicitaire par l'éditeur au moyen d'une confirmation de commande écrite. Les modifications et annulations sont possibles sans frais supplémentaires jusqu'au délai de réception des annonces. Les frais occasionnés pour le matériel d'impression déjà traité seront facturés. Les documents de reproduction et de lithographie conçus par le centre d'impression restent propriété de celui-ci. L'éditeur n'est en aucun cas responsable en cas d'erreurs lors d'une transmission de commandes, de modifications ou d'annulations.

3. Les souhaits d'édition et d'emplacement sont respectés sans engagement. Pour des raisons techniques, l'éditeur se réserve le droit de modifier l'emplacement des annonces sans en informer l'annonceur.

3.1. Pour des prescriptions d'emplacement qui ne font pas l'objet de règles tarifaires, un supplément de prix sera appliqué. Elles n'ont d'effet contraignant qu'après accord et confirmation préalables.

3.2. Si, pour des raisons techniques, un emplacement confirmé ne peut pas être respecté, l'annonceur en sera averti par avance, dans la mesure du possible.

3.3. La non-parution d'une annonce, l'insertion dans une autre édition ou à un autre emplacement, ainsi que la livraison tardive suite à des perturbations techniques ne donnent droit à aucun dédommagement.

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

4. Publication d'annonces/encarts. L'éditeur se réserve à tout moment le droit d'exiger des modifications de contenus d'annonces ou d'encarts ou de refuser ou d'annuler des annonces ou des encarts sans en donner les motifs.

4.1. Services en ligne (notamment Internet). Jusqu'à nouvel ordre, l'annonceur autorise l'éditeur à intégrer les annonces dans ses propres services en ligne ou ceux d'un tiers ou à les publier de toute autre manière et à les traiter à cette fin. L'éditeur s'engage à respecter les dispositions légales concernant la protection des données, mais n'est pas en mesure de garantir entièrement la confidentialité, l'intégrité, l'authenticité et la disponibilité des données personnelles. L'annonceur prend connaissance du fait que les données personnelles peuvent également être consultées dans des pays ne possédant pas de dispositions sur la protection des données comparables à celle de la Suisse. L'annonceur accepte que les annonces imprimées, introduites dans les services en ligne ou publiées d'une autre manière par l'éditeur ne soient pas à la libre disposition de tiers. L'annonceur interdira notamment à des tiers d'introduire ses annonces sur des services en ligne sans le consentement de l'éditeur et confère à l'éditeur le droit de recourir à des mesures appropriées pour interdire l'exploitation et le traitement de quelque manière que ce soit de ces annonces.

5. Les annonces politiques visant manifestement à influencer l'opinion publique avant des élections ou des votations doivent paraître suffisamment tôt avant le passage aux urnes pour permettre à la partie adverse d'insérer également des annonces avant la date de la votation ou de l'élection. En outre, les directives de l'éditeur s'appliquent.

6. La publication d'articles rédactionnels ne peut pas constituer une condition au placement d'ordres d'insertion d'annonces.

7. Responsabilité. L'annonceur est responsable du contenu de ses annonces. Il est notamment tenu de respecter les dispositions légales, directives et conventions de la branche concernées. Dans la mesure où la législation le permet, il libère l'éditeur, ses organes et collaborateurs de toute responsabilité envers des tiers. Au cas où l'éditeur serait poursuivi en justice, l'annonceur s'engage à participer au procès après la mise en cause. Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à supporter tous les frais judiciaires ou extrajudiciaires résultant d'éventuelles prétentions de tiers ou de procédures auprès des autorités.

8. Droit de réponse. Dans la mesure de ses possibilités, l'éditeur traite les demandes de réponse concernant des annonces d'un commun accord avec l'annonceur ou l'intermédiaire publicitaire. Au cas où l'éditeur serait poursuivi en justice, l'annonceur s'engage à participer au procès après la mise

en cause. Dans tous les cas, l'annonceur s'engage à supporter tous les frais judiciaires et extrajudiciaires liés à l'exercice du droit de réponse.

9. Les instructions de mise en page sont acceptées dans le cadre des possibilités techniques. Les lecteurs doivent pouvoir aisément identifier les annonces comme telles et les différencier en forme et en écriture par rapport à la partie rédactionnelle. L'éditeur se réserve le droit d'ajouter, dans l'en-tête, la mention supplémentaire « Annonce », « Publicité » ou « Publireportage ». Le logo ou le nom du journal ne doivent être utilisés qu'après accord écrit de l'éditeur ; à défaut, celui-ci se réserve le droit de refuser les commandes.

10. Les bons à tirer ne sont effectués que sur demande explicite et à condition que le matériel d'impression soit transmis à l'éditeur au moins 1 jour ouvrable avant le délai de clôture des annonces. La publication des annonces a lieu aux jours prévus, même si le bon à tirer n'est pas encore parvenu. En principe, aucun bon à tirer n'est livré si le matériel est complet.

11. Malfaçons, erreurs, défauts techniques d'impression/responsabilité de l'éditeur. L'éditeur s'efforce de fournir la meilleure publication des annonces possible conformément à la norme technique usuelle. Cependant, l'annonceur sait que l'état actuel de la technique ne permet pas de garantir à tout moment une disponibilité des systèmes ni une publication exempte de défauts. L'éditeur ne garantit aucune disponibilité ni aucune absence de défauts, d'erreurs ou de malfaçons. Sauf négligence grave ou faute intentionnelle, l'éditeur décline toute responsabilité. La responsabilité des collaborateurs de l'éditeur est généralement déclinée. En outre, la responsabilité se limite le cas échéant aux dommages directs et au maximum au remboursement de la prestation versée par l'annonceur pour l'annonce concernée et/ou l'octroi d'un avoir correspondant pour la parution d'une annonce.

L'éditeur décline également toute responsabilité en cas d'annonces défectueuses dues à des documents d'impression incomplets ou inadéquats (trames ou traits trop fins, caractères trop petits, etc.) ainsi que pour les différences de couleur ou de repérage dues aux caractéristiques techniques du procédé d'impression. Ceci s'applique également au matériel d'impression dont la qualité a été contestée par l'éditeur et qui, malgré les remarques, n'a pas été remplacé par un matériel parfait. Pour les couleurs, l'éditeur se réserve une tolérance appropriée dans la nuance des couleurs.

12. Les erreurs d'impression qui ne portent pas atteinte de manière significative au sens ou à l'impact publicitaire de l'annonce ne donnent lieu à aucune réduction de prix. De même, des divergences par rapport aux règles typographiques ou l'absence de codes dans les annonces à coupon ne donnent droit à aucune compensation.

12.1. L'orthographe allemande en vigueur est appliquée aussi bien par la rédaction que par l'éditeur. Les annonces commandées par téléphone et qui ne font l'objet d'aucun souhait particulier du donneur d'ordre, sont publiées selon les nouvelles règles.

12.2. Toute responsabilité est déclinée pour les **erreurs issues de traductions** de documents en langue étrangère.

12.3. Une **parution défectueuse** altérant sensiblement le sens ou l'effet d'une annonce donne droit au maximum à l'exemption des frais d'insertion pour ladite annonce ou à une compensation sous forme d'espace publicitaire. Toute prétention supplémentaire est exclue.

13. Réclamations. L'annonceur doit contrôler l'annonce publiée immédiatement après sa première publication et faire ses éventuelles réclamations sans délai. Si l'annonceur s'abstient, l'exécution de la commande est considérée comme approuvée.

14. Les réclamations concernant la facturation doivent être adressées dans un délai de 10 jours suivant la facturation. Les réclamations portant sur la qualité de la couleur doivent être signalées dans un délai de 3 jours suivant la parution.

15. En principe, **la facturation des annonces** s'effectue de filet à filet. Le millimètre entamé est entièrement facturé. Sous « hauteur nécessaire », on entend l'espace adapté au sujet et non une limite minimale.

16. Les conventions de rabais (contrats en francs/commandes de répétition) sont valables pour un an et une seule entreprise. Les annonces d'un même annonceur, qui paraissent sous différents noms ou pour le compte d'entreprises différentes (filiales, etc.) font l'objet de conventions de rabais séparées. Les entreprises juridiquement indépendantes doivent conclure des contrats en francs séparés, même si elles appartiennent à la même organisation faîtière (holding). Les contrats de groupements d'entreprises sont soumis au règlement de l'Association de Presse suisse/ASSP. Le rabais de répétition est garanti uniquement pour une commande simultanée (sans changement de taille).

16.1. La durée des contrats en francs et des commandes de répétition débute au plus tard à la date de la première insertion. Elle est en principe de 12 mois. Si un contrat commence jusqu'au 15 d'un mois, il dure jusqu'à la fin du mois précédent de l'année suivante, à partir du 16 jusqu'à la fin du mois du contrat de l'année suivante. Les conventions de rabais avec les clients RACHA I se terminent toujours avec l'année calendaire.

16.2. Décompte des rabais. Si le volume des insertions dépasse le contingent prévu par le contrat, l'annonceur bénéficie d'un rabais rétroactif selon le tarif ; en cas de volume inférieur au contrat, l'annonceur est tenu de restituer le rabais perçu en trop. Le quota non utilisé ne peut pas être reporté sur l'année contractuelle suivante. La même procédure s'applique par analogie aux commandes de répétition.

16.3. Pour les **contrats bruts**, les rabais et les commissions ou RACHA seront crédités après expiration de la convention de rabais.

16.4. Les annonces collectives sont soumises à des conventions de rabais spéciales.

17. Justificatifs. Sur demande, un justificatif peut être délivré gratuitement (une page entière normalement). Les justificatifs supplémentaires seront facturés.

18. Les offres en réponse à des annonces sous chiffre ne sont transmises que si leur contenu concerne directement l'annonce en question. Les envois de nature publicitaire ou recommandations, les offres anonymes ou de masse ne sont pas transmis. Afin d'identifier de telles offres, l'éditeur se réserve le droit d'ouvrir au hasard des courriers ou des e-mails. Si des documents originaux ou photographies ne sont pas restitués aux personnes intéressées, et dans le cas où un candidat intenterait une action judiciaire, le tribunal ou l'autorité d'instruction pourrait astreindre l'éditeur à divulguer l'identité de l'annonceur sous chiffre, dans le cadre d'une audition de témoins. L'éditeur ne peut endosser aucune responsabilité au sujet du retour des documents. Les envois d'offres qui dépassent le format C5 doivent être accompagnés de la taxe postale correspondante pour leur acheminement.

19. Conditions de paiement. À défaut d'une convention contraire, les factures sont payables sous 30 jours sans escompte. Les déductions d'escompte non justifiées seront facturées ultérieurement.

19.1. En cas de retard de paiement, **une taxe de rappel de CHF 10.-** ainsi qu'un intérêt moratoire de 6 % sont facturés. En cas de poursuite, de sursis concordataire ou de faillite, l'annonceur perd tout droit aux rabais et aux commissions d'intermédiaire. Les commissions d'intermédiaire déjà versées devront être restituées. En outre, le montant dû est majoré de 5 % (min. CHF 50.-, max. CHF 300.-).

19.2. L'éditeur se réserve le droit à tout moment de vérifier la **solvabilité** des annonceurs ou des intermédiaires publicitaires.

19.3. For et droit applicable. Le présent contrat est régi par le droit matériel suisse. Le for est Zurich.

20. Modifications des conditions d'insertion ; modifications tarifaires. L'éditeur est en droit de modifier à tout moment les présentes conditions d'insertion, les tarifs ainsi que les éventuelles autres conditions générales. Les conditions d'insertion, le règlement général et les tarifs modifiés entrent en vigueur au même moment pour tous les annonceurs et s'appliquent également aux commandes en cours. L'annonceur a cependant le droit d'annuler le contrat dans les 2 semaines qui suivent la notification écrite des nouveaux prix. Dans ce cas, il a seulement droit au rabais correspondant au volume de commandes effectives, selon l'échelle des rabais en vigueur.

21. Résiliation anticipée du contrat. Si un organe d'insertion cesse la parution pendant la durée contractuelle, l'éditeur a le droit de résilier le contrat sans obligation de compensation. Une résiliation anticipée du contrat ne délie pas l'annonceur de son obligation de payer les annonces déjà parues. 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 du contrat.

Tous les prix s'entendent hors T.V.A 8 %. Ces conditions d'insertion sont en vigueur depuis le 01.01.2010.