GOLDBACH

Conditions générales pour des réservations publicitaires via « Booking Tool » (« CGV Booking Tool »)

1. Champ d'Application

1.1 Les présentes Conditions générales de vente (ci-après : « CGV ») règlent le rapport entre Goldbach Audience (Switzerland) AG (ci-après : « agent »), et l'annonceur lors de la réservation et du traitement de commandes de publicité via « Booking Tool » (https://booking.goldbach.com) (ci-après : « outil de réservation »). L'outil de réservation est une offre en ligne permettant à l'annonceur, via une auto-réservation, de faire de la publicité pour des produits directement sur les sites web des éditeurs qui sont reliés à l'outil de réservation. Le prestataire de services techniques de l'outil de réservation est Digital Ad Services AG.

1.2 Ces CGV ainsi que les dispositions concernant l'offre et les tarifs de réservations via l'outil de réservation dans leur version actuelle au moment de la conclusion du contrat sont applicables à toutes les commandes publicitaires passées via l'outil de réservation (ci-après: «commandes publicitaires» ou «campagne publicitaire») concernant la publication d'annonces et d'autres moyens publicitaires (ci-après: «moyens publicitaires») sur les sites web et d'autres applications numériques (notamment pour appareils mobiles ; ci-après : « médias ») associés à l'outil de réservation d'agent (ou une autre société du groupe affiliée à l'agent) et de tiers. Sauf autre convention écrite expresse entre l'annonceur et l'agent, ces CGV sont les seules applicables ; la validité des conditions générales de l'annonceur est donc exclue.

2. Conclusion de Contrat

2.1 En finalisant le processus d'inscription et de réservation un contrat est conclu entre l'annonceur et l'agent dans le cadre de l'outil de réservation.

2.2 Les différentes commandes publicitaires font office d'acceptées quand l'agent a confirmé et validé celles-ci par e-mail. Jusqu'à la confirmation et la validation de la part de l'agent, qui a généralement lieu dans les 24 heures suivant la finalisation du processus de réservation, il s'agit d'une offre de l'annonceur pouvant être refusée à tout moment par l'agent (voir chiffre 3.5 ci-après).

2.3 Fait office d'«annonceur» dans le sens de ces CGV et ainsi, partie contractante de l'agent:

a) l'agence chargée de placer de la publicité en son propre nom ou au nom d'autrui, réservant des moyens publicitaires d'une entreprise annonceuse pour cette entreprise au nom et pour le compte de celle-ci via l'outil de réservation, ou

b) la personne morale ou physique promouvant ses produits pour autant qu'elle réserve les moyens publicitaires via l'outil de réservation en tant que client direct.

3. Conditions de Réservation

3.1 En s'inscrivant dans l'outil de réservation, l'annonceur crée un compte de client auquel il peut accéder via un login. Via le compte de client, un manager de campagne publicitaire est mis à disposition, permettant d'obtenir des informations concernant les campagnes publicitaires actuelles et achevées, de saisir et de créer des moyens publicitaires ainsi que de faire des réservations, d'interrompre ou de stopper une campagne. La modification de moyens et de commandes publicitaires n'est toutefois pas possible une fois que ceux-ci ont été réservés.

3.2 Une commande publicitaire ne peut être faite que pour un seul moyen publicitaire. Des dates fixes pour différentes publications peuvent être convenues dans le cadre d'une commande publicitaire. De principe, les conditions de réservation suivantes sont applicables :

a) Les réservations peuvent être effectuées à tout moment en ligne et de manière autonome

b) La validation de moyens publicitaires a généralement lieu dans les 24 heures suivant la réservation.

3.3 Si la date de lancement d'une campagne publicitaire est antérieure à la validation du moyen publicitaire, la date de lancement est automatiquement reportée vers la première date possible après la validation.

3.4 Les moyens publicitaires doivent être mis à disposition par l'annonceur ou être créés par celui-ci conformément aux directives pour l'outil de réservation. Sauf autre convention, la qualité des moyens publicitaires se base sur les spécifications actuelles. Les moyens publicitaires non reconnaissables en tant que tels en raison de leur présentation seront rendus reconnaissables en tant que publicité conformément aux prescriptions légales. L'annonceur est seul responsable de la qualité technique et du contenu des moyens publicitaires.

3.5 Des moyens publicitaires au contenu politique ou érotique et de la publicité pour les jeux de hasard de tous types ne peuvent être réservés via l'outil de réservation. L'agent est autorisé à exiger à tout moment des modifications de moyens publicitaires et à refuser ou suspendre des moyens publicitaires, également sans avoir à se justifier. Cela vaut particulièrement quand leur contenu viole des dispositions légales, des décisions administratives ou des règles de la branche, a fait l'objet d'une réclamation de la part de la Commission Suisse pour la Loyauté, ou si leur publication ou livraison ne peut raisonnablement être exigée de l'agent en raison du contenu, de la présentation, de l'origine ou pour des motifs techniques, cela à l'appréciation libre et équitable de l'agent. Du reste, les conditions de publicité du l'agent sont applicables.

3.6 Après l'exécution d'une commande publicitaire conformément au contrat, l'agent a le droit mais pas l'obligation de conserver le moyen publicitaire.

4. Exécution de Commandes Publicitaires

4.1 L'agent publie les moyens publicitaires fournis par l'annonceur ou crées par celui-ci via l'outil de réservation sur les médias réservés.

4.2 Sauf autre convention expresse, l'annonceur n'a pas droit à l'obtention d'un certain nombre de moyens publicitaires livrés ou un certain nombre d'ad impressions, de clics, de leads, de commandes ou de téléchargements. La livraison sur les médias reliés à l'outil de réservation a lieu pour une durée illimitée jusqu'à la limite fixée dans la commande publicitaire (p. ex. nombre de clics, etc.) ou l'épuisement du budget disponible.

4.3 Une campagne publicitaire en cours peut être interrompue (mise en pause) ou arrêtée à tout moment par l'annonceur. Elle se termine du reste dès que le budget défini par l'annonceur selon le contrat émis a été atteint. Le rapport contractuel de base concernant l'utilisation du compte de client et du manager de la campagne publicitaire demeure inchangé à la fin ou à l'interruption de la campagne publicitaire.

4.4 L'agent se réserve le droit de stopper une campagne provisoirement si le budget défini par le contrat pour la campagne publicitaire n'est pas atteint dans un délai de 3 mois ou si le taux de clics est inférieur à 0.1 %. Dans ce cas, l'agent peut contacter l'annonceur pour lui proposer une adaptation ou la fin de la campagne publicitaire.

5. Prix et Conditions de Paiement

5.1 Les prix et suppléments déterminants ainsi que les autres conditions ressortent intégralement des dispositions concernant l'offre et les tarifs pour l'outil de réservation en vigueur au moment de la publication ou livraison des moyens publicitaires. Sauf autre convention expresse, tous les prix s'entendent hors TVA.

5.2 La modification des prix, suppléments et autres conditions est possible à tout moment. Les modifications de prix pour les commandes publicitaires déjà conçues valablement ne prennent effet que si elles ont été annoncées par l'agent au moins 10 jours calendaires avant le début de la livraison. Dans le cas d'une augmentation de prix, l'annonceur possède le droit de résiliation. Ce droit de résiliation doit être exercé dans les 5 jours ouvrables suivant la réception de l'information. Sans communication contraire de l'annonceur, l'agent est autorisé à livrer les moyens publicitaires aux nouveaux prix.

5.3 Les paiements doivent s'effectuer en francs suisses. Seules les cartes de crédit (Mastercard, Visa) et la Postcard sont acceptées comme moyens de paiement. Les frais relatifs aux différents fournisseurs de cartes s'appliquent. Lors du paiement avec une carte de crédit, le prélèvement est effectué à la clôture ou à l'arrêt de la campagne publicitaire. Tous les paiements effectués avec une carte de crédit ou une Postcard sont exécutés sur un serveur sécurisé. Les informations enregistrées (en particulier le numéro de carte, la date de validité et/ou le code de sécurité) peuvent être consultées uniquement par Postfinance, qui exécute les paiements pour l'agent. Le moyen de paiement et les informations de paiements peuvent être modifiés et/ou actualisés à tout moment par les annonceurs.

5.4 Seules les mesures réalisées par l'agent sont déterminantes pour le calcul des clics. Le compte peut être consulté à tout moment dans le manager de la campagne publicitaire avec un retard dû à des raisons techniques.

5.5 Si les prestations contractuelles ne peuvent ou ne peuvent plus être fournies pour des raisons relevant de la responsabilité de l'agent (p. ex. en raison de la suspension de l'outil de réservation), l'annonceur est autorisé à exiger la restitution du crédit restant. De principe, l'annonceur doit toutefois utiliser le crédit disponible pour se procurer des prestations conformément à ce contrat.

6. Garantie et Responsabilité

6.1 L'agent garantit la meilleure exécution possible des commandes publicitaires conformément aux conditions techniques données. L'annonceur reconnaît que l'état de la technique ne permet pas de garantir un système disponible et une livraison sans erreur à tout moment. L'agent ne peut notamment pas garantir la disponibilité et le fonctionnement sans défaut, l'absence de vices et d'incidents quant aux médias reliés à l'outil de réservation. Les vices et perturbations non imputables ou extérieurs au champ d'influence de l'agent, tels que ceux relevant de la force majeure, les perturbations causées par des tiers ainsi que les livraisons et prestations de tiers (p. ex. défaillances des réseaux de communication, dérangement des lignes et serveurs, pannes d'électricité) sont exclus de la garantie.

6.2 En cas de livraison défectueuse de moyens publicitaires imputable à l'agent et de réclamation faite dans les délais, l'annonceur a uniquement droit à la réparation des vices (remplacement ou livraison ultérieure) dans la mesure où le but et l'impact publicitaire ont été compromis par la livraison défectueuse. D'autres prétentions telles qu'une réduction de prix, etc. sont expressément exclues.

6.3 L'agent répond uniquement des fautes volontaires et de négligence grave. Dans tous les cas, la responsabilité de l'agent est exclue quant à la manipulation de la campagne publicitaire par des tiers (p. ex. fraude au clic), les dommages consécutifs, la baisse du chiffre d'affaires et le manque à gagner. Ces exclusions et limitations de la responsabilité de l'agent sont également valides pour la responsabilité personnelle de ses collaborateurs, organes et auxiliaires.

6.4 Dans le cas de moyens publicitaires mis à disposition par des tiers ou de pages cibles hébergées en externe, il incombe à l'annonceur de mettre à disposition les capacités techniques correspondantes et de veiller à ce que les pages cibles continuent d'être consultables. En cas de non-observation des exigences relatives au contenu, des instructions techniques ou des délais et des recommandations quant à la production et à la livraison des moyens publicitaires, toutes les prétentions en raison de la livraison défectueuse de moyens publicitaires sont nulles.

6.5 L'annonceur est seul responsable du contenu et de la conformité à la législation de celui-ci. L'agent et les exploitants des médias reliés à l'outil de réservation ne sont pas tenus de contrôler si un moyen publicitaire viole les prescriptions légales ou les droits de tiers. L'annonceur transfère à l'agent et aux différents exploitants et propriétaires des médias tous les droits d'utilisation et autres

nécessaires à la publication des moyens publicitaires, notamment le droit de reproduction, de diffusion, de transmission, de mise à disposition, d'envoi, de prélèvement d'une banque de données et de consultation dans la mesure nécessaire à l'exécution de la commande publicitaire, en ce qui concerne le temps et le contenu. Ces droits font office de transférés de manière illimitée dans l'espace et autorisent à la publication au moyen de tous les procédés techniques connus actuels et futurs.

6.6 L'annonceur dégage l'agent et (dans le sens des Stipulations pour autrui conformément à l'art. 112 CO) les exploitants des médias reliés à l'outil de réservation de toutes les prétentions de tiers en raison de violations du droit des marques, du droit de la personnalité, du droit d'auteur ou d'autres infractions à la loi, y compris d'éventuelles demandes de dommages-intérêts de tiers ainsi que de frais d'avocats et judiciaires raisonnables en vue d'une défense en justice.

7. Collecte de Données et Tracking

7.1 Pour autant que l'annonceur extraie ou collecte des données relatives à la publication de moyens publicitaires par le biais de techniques spéciales telles que p. ex. l'utilisation de cookies ou de pixels-espions, l'annonceur garantit le respect intégral de toutes les prescriptions applicables relatives à la protection des données.

7.2 Sauf autre convention, l'annonceur est responsable de la mise à disposition d'un lien vers une note sur la protection des données informant sur le type, le volume et le but du suivi et mentionne l'annonceur ou un tiers en tant que responsable avec nom et coordonnées de contact. L'annonceur garantit que la note sur la protection des données qu'il a formulée est accessible et que la nature, le volume et le but de la collecte, du traitement et de l'utilisation des données sont présentés de manière exhaustive et correcte et qu'une option de retrait (« opt-out ») éventuelle est impérativement prise en compte. L'annonceur dégage l'agent et les exploitants des médias reliés à l'outil de réservation de toutes les prétentions de tiers contre l'agent ou les exploitants des médias en raison du tracking ou de l'utilisation de données collectées.

7.3 Toutes les informations collectées dans le cadre des mesures réalisées par l'agent concernant les moyens publicitaires de l'annonceur de l'agent ou des exploitants des médias et les exploitations statistiques sont la propriété de l'agent ou des sites web et peuvent être évalués et utilisés à des

fins propres (en particulier l'exécution du contrat, mais également des fins de marketing). L'agent et les exploitants des médias garderont ces informations confidentielles et ne les rendront accessibles que sous forme anonymisée.

8. Protection des Données

8.1 L'annonceur prend connaissance du fait, et l'approuve, que l'agent collecte et traite ses données personnelles de manière automatisée dans le cadre du recours aux prestations de l'outil de réservation, notamment en rapport avec la passation et le traitement de la commande, en faisant éventuellement appel à des prestataires de service tiers.

8.2 L'agent et les exploitants des médias reliés à l'outil de réservation respectent les prescriptions en vigueur en matière de protection des données, mais ne peuvent garantir, en particulier pour les moyens publicitaires fournis sous format numérique, la confidentialité et l'authenticité des données de l'annonceur. En complément, il est renvoyé aux déclarations de protection de données des différents sites web ; il est supposé que celles-ci sont connues de l'annonceur lors de la passation d'un contrat publicitaire.

9. Droit Applicable et For

9.1 Ces CGV sont régies par le droit matériel suisse. Dans la mesure où ces CGV ne contiennent aucun règlement divergent, les dispositions relatives au contrat d'entreprise (art. 363 et suivants CO) sont en particulier valides.

9.2 Le for est le siège de l'agent. L'agent est toutefois autorisé à agir en justice contre l'annonceur devant le tribunal compétent pour celui-ci.

Version : 11 février 2020

En cas de contradictions entre la version française et la version allemande des présentes conditions générales, la version allemande fait foi.