

## **Conditions générales de vente concernant l'accès à MAI et son utilisation via l'interface Web (module en ligne)**

### **§1 Contrat d'accès**

1. La société swiss radioworld AG, ci-après dénommée «SRW», est la preneuse de licence du logiciel MAI. MAI est utilisé pour le traitement et l'exécution de contrats publicitaires, en particulier en radio. MAI dispose d'un accès basé sur le Web.
2. SRW est en droit d'autoriser des tiers, au moyen de la conclusion d'un contrat d'accès, à accéder à MAI via l'interface Web. SRW conclut le contrat d'accès en son nom propre et pour son propre compte.
3. Les présentes conditions générales de vente, ci-après dénommées les «CGV», régissent l'accès des agences média, ci-après dénommées le «client», à MAI via l'interface Web et définissent les droits et obligations des parties au contrat. Tout contrat d'accès conclu entre SRW et le client est exclusivement régi par les présentes CGV. Toute contre-confirmation du client reposant sur ses propres conditions de vente est expressément exclue. Pour être valable, toute disposition contraire aux présentes CGV doit être approuvée par écrit par SRW.
4. Au sens des présentes CGV, un contrat d'accès désigne un contrat conclu entre SRW et le client visant l'octroi d'un droit incessible et non exclusif d'accès à MAI et d'utilisation de ce dernier via l'interface Web, dans le cadre des conditions ci-après, et la mise à disposition des outils informatiques nécessaires à cette fin, dans la mesure où cette obligation n'incombe pas au client, conformément aux présentes CGV. Le contrat d'accès n'est valable que s'il est établi en la forme écrite.

### **§2 Conditions techniques**

1. L'accès à l'interface Web se fait via Internet. SRW fournit l'interface Web et garantit son accès conforme sur Internet, à condition que l'installation du serveur de MAI et de l'interface Web sur les pages de SRW soit réglementaire. Le domaine de responsabilité et d'intervention de SRW est la sortie du serveur Web actif pour MAI au sein du prestataire technique de MAI (à ce jour aprile consulting GmbH). SRW ne saurait être tenue pour responsable des problèmes techniques relatifs au serveur ni des restrictions d'accès par l'interface Web en résultant.
2. SRW ne saurait être tenue pour responsable de l'état des conditions d'accès techniques chez le client (telles que le matériel informatique et les logiciels utilisés pour la connexion à Internet).

### **§3 Utilisation des «CGV Mandats de publicité»**

1. Les conditions générales de vente concernant les mandats de publicité confiés aux sociétés de Goldbach Group AG, telles que les conditions de publicité de swiss radioworld AG (annexe 1), ci-après dénommées les «CGV Mandats de publicité», font partie intégrante des présentes CGV et sont applicables sans limitation, à condition qu'elles ne soient pas expressément contraires aux présentes CGV ni à tout autre accord écrit similaire.

### **§4 Etendue de l'accès / l'autorisation d'accès**

1. Le client et les utilisateurs respectent les instructions conformément à la formation et au guide de l'utilisateur dans l'application et sur l'interface Web et renseignent les informations nécessaires en cas de réservation. L'autorisation d'accès est limitée aux données de la clientèle du client.
2. SRW communique au client les identifiants d'accès à l'outil, qu'il traitera de manière confidentielle. Il incombe au client de les transmettre aux personnes qu'il a engagées (salariés, mandataires ou autres auxiliaires) et de veiller au respect par ces dernières des obligations de confidentialité relatives à l'utilisation de MAI via l'interface Web et de toutes les conditions d'accès y afférentes. Pour que chaque personne engagée ainsi que le client dispose de son propre compte, ce dernier peut demander plusieurs comptes utilisateurs auprès de SRW. SRW se réserve à tout moment le droit de limiter le nombre de comptes

utilisateurs par client. Chaque compte d'un même client donne accès à l'ensemble des données relatives audit client. Le client informe SRW sans délai de tout changement concernant un utilisateur et de toute modification de compte en résultant (p. ex. départ d'un salarié), et ce, par écrit ou par e-mail. Le client est entièrement responsable des dommages, y compris des dommages indirects, résultant d'un retard dans la transmission d'une information.

3. Le client garantit que les personnes qu'il a engagées ayant accès à MAI sont autorisées à établir des actes juridiques dans la limite des possibilités qu'offre cet accès et est responsable desdits actes juridiques.

#### **§5 Format des documents**

1. Les confirmations de SRW sont établies par voie électronique (en particulier sous forme de fichiers PDF), satisfaisant ainsi aux exigences de forme visées aux CGV Mandats de publicité.
2. Les copies des factures et des décomptes de rabais sont transmises par voie électronique (en particulier sous forme de fichiers PDF).
3. Les rapports sont disponibles sous forme de fichiers .csv et/ou .xls.

#### **§6 Prix**

L'éventuel prix payable par le client en contrepartie de l'accès à MAI fait l'objet d'un contrat dédié. Le client ne peut prétendre à la réduction des tarifs officiels de SRW du fait de l'utilisation de MAI.

#### **§7 Durée**

1. Le contrat d'accès est conclu pour une durée indéterminée et peut être résilié par l'une ou l'autre des parties moyennant un préavis écrit de **1 mois** à la fin d'une année de contrat.
2. SRW se réserve le droit de résilier sans préavis ni formalités le contrat d'accès si des raisons importantes le justifient, telles que l'utilisation abusive du module en ligne ou des identifiants d'accès ou la préservation des intérêts premiers des diffuseurs.

#### **§8 Droits de propriété intellectuelle**

Les titulaires des droits d'auteur et droits voisins liés à MAI, notamment au sein d'aprile consulting GmbH et de SRW, ne cèdent pas lesdits droits. Le client ne porte pas atteinte aux droits non visés par l'autorisation d'accès octroyée au titre du contrat d'accès.

Il est tenu de préserver la confidentialité de toute donnée relative à MAI. SRW s'engage à respecter les dispositions relatives à la protection des données dans le traitement des données du client dont elle dispose du fait de réservations effectuées via l'interface Web.

#### **§9 Responsabilité**

1. Les parties sont uniquement responsables de dommages si ceux-ci ont été causés intentionnellement ou résultent d'une négligence grave, quel qu'en soit le motif juridique. La responsabilité des auxiliaires est limitée aux dommages causés intentionnellement. Les parties ne sont pas responsables des dommages indirects, des dommages consécutifs ni des manques à gagner. En tout état de cause, la responsabilité est limitée aux dommages qui sont raisonnablement prévisibles au moment de la conclusion du contrat.
2. SRW ne répond en aucun cas des conséquences d'une mauvaise utilisation ou d'une utilisation erronée ou abusive de l'application par le client. Ce dernier n'est pas responsable envers SRW des dommages en découlant, sous réserve qu'ils aient été causés intentionnellement ou qu'ils résultent d'une négligence.
3. En cas de panne ou de problème technique survenu(e) dans le module en ligne MAI, le client ne peut prétendre à aucun remboursement ni aucune indemnité. Le § 7 des conditions générales de vente concernant les mandats de publicité confiés aux sociétés de Goldbach Group AG s'applique.

**§10 Dispositions finales**

1. Le for exclusif est Zurich. Le droit suisse s'applique.
2. Toute modification ou tout complément, y compris toute convention accessoire, requiert la forme écrite.
3. En cas de doute, si une ou plusieurs disposition(s) des présentes CGV devai(en)t s'avérer caduque(s), la validité des autres dispositions ou accords ne s'en trouverait pas affectée en cas de doute. Toute disposition caduque doit être remplacée par une disposition qui s'en rapproche au mieux, sur les plans juridique et économique.

Fautes d'impression réservées.

Zurich, mars 2017

Annexe 1: CGV Mandats de publicité (faisant partie intégrante du contrat d'accès à MAI)

## **CONDITIONS GÉNÉRALES APPLICABLES AUX MANDATS DE PUBLICITÉ CONFIEÉS AUX SOCIÉTÉS DE GOLDBACH GROUP AG**

*Le présent document est une traduction de la version originale en langue allemande qui primera en cas de problèmes d'interprétation.*

### **1. PRINCIPES**

#### **1.1. Champ d'application**

Les présentes Conditions générales applicables aux mandats de publicité confiés aux sociétés de Goldbach Group AG («Conditions générales») s'appliquent à tous les mandats de publicité et aux prestations y relatives de Goldbach Group AG et des sociétés du groupe, en particulier Goldbach Media (Switzerland) AG, Goldbach Audience (Switzerland) AG, swiss radioworld AG et aux futures autres sociétés du groupe actives dans le domaine publicitaire et de la communication dont le siège est en Suisse (ensemble «Goldbach»). Sauf convention écrite contraire, les présentes Conditions générales s'appliquent en sus des Conditions de publicité des différentes sociétés du groupe Goldbach à titre exclusif.

D'éventuelles autres directives, restrictions ou conditions particulières (telles que directives ou conditions générales des diffuseurs), de même que toutes les autres divergences avec les présentes Conditions générales ne s'appliquent dès lors que si cela a été convenu de façon expresse et par écrit.

Les contre-confirmations du cocontractant se référant à d'autres conditions générales sont expressément contredites par les présentes Conditions générales.

#### **1.2. Autonomie**

Chaque société du groupe Goldbach agit en son nom propre et de façon juridiquement autonome. Sauf stipulation contraire expresse formulée par écrit, seule la société du groupe Goldbach désignée dans le mandat de publicité est partie au contrat et, dès lors, compétente et responsable de l'exécution de celui-ci. Goldbach exclut expressément toute responsabilité de Goldbach Group AG, comme par exemple une responsabilité du groupe ou une responsabilité résultant d'une société simple.

#### **1.3. Définitions**

Support de diffusion: médias électroniques transmettant un message publicitaire, tels que chaînes de télévision, stations de radio (y compris InstoreRadio ou radio en ligne), sites Internet, réseaux de sites Internet, réseaux Digital Out Of Home, Smart TV, sites mobiles, jeux en ligne ou sur console (jeux), télétexte, application mobile et autre.

Forme de publicité: publicité classique, formes de publicité spéciales (p. ex. sponsoring) et autres formes de communication commerciale.

Distribution: livraison, diffusion ou publication des formes de publicité.

Mandat de publicité: contrat de distribution de formes de publicité sur un support de diffusion.

Agence: agence de publicité ou de médias.

Annonces: entreprise, collectivité ou personne qui fait de la publicité pour des produits ou des services.

Mandant publicitaire: partenaire contractuel de Goldbach. Il peut s'agir d'un annonceur ou d'une agence.

#### **1.4. Dispositions concernant les agences**

Goldbach n'accepte les mandats de publicité transmis par des agences que dans la mesure où ceux-ci émanent d'annonceurs nommément et précisément désignés. Goldbach est en droit d'exiger des agences qu'elles fournissent la preuve du mandat. Un annonceur représenté par une agence ne peut se libérer valablement de son obligation de paiement envers Goldbach qu'en adressant son paiement à cette dernière.

#### **1.5. Statut juridique de Goldbach**

Sauf stipulation contraire du contrat, Goldbach conclut le mandat de publicité au nom et pour le compte du diffuseur qu'elle représente. Les droits et obligations incombant à Goldbach dans les présentes Conditions générales sont assumés au nom et pour le compte du diffuseur représenté.

#### **1.6. Recours à des tiers**

Goldbach peut à tout moment recourir à des tiers pour l'exécution de ses obligations contractuelles.

#### **1.7. Transmission des données afin d'établir des statistiques concernant les impressions publicitaires**

Le client prend connaissance et approuve le fait que Goldbach peut utiliser les données suivantes afin de générer ou de valider des données publicitaires: annonceur, campagne, durée de validité et prix brut. Ces données peuvent également être transmises à des tiers en charge d'établir de telles statistiques sur les impressions publicitaires.

## **2. CONCLUSION DES MANDATS DE PUBLICITÉ**

### **2.1. Formation des mandats**

Les mandats de publicité sont en principe conclus sur la base des Conditions de publicité applicables aux sociétés du groupe.

Sauf dispositions contraires des Conditions de publicité applicables aux sociétés du groupe, les offres de Goldbach s'entendent toujours sans engagement et notamment sous réserve de la disponibilité des plages horaires et des espaces publicitaires.

Le mandat de publicité prend effet dans tous les cas par la distribution de la forme de publicité réservée par le mandant ou promise par Goldbach.

### **2.2. Réserve en ligne**

Les clauses des Conditions de publicité en ligne des sociétés du groupe s'appliquent en sus des Conditions de publicité applicables aux différentes sociétés du groupe à la conclusion du contrat lorsqu'une forme de publicité est réservée par l'intermédiaire d'un outil de réservation en ligne.

## **3. TARIFS**

### **3.1. Prix de base**

Tous les prix publiés par Goldbach sont des prix de base. Le prix de base représente la rémunération de la distribution de la forme de publicité. Il ne comprend pas les coûts de production ni d'autres frais. Ceux-ci sont calculés séparément et sont à la charge du mandant dans tous les cas. Les prix de base s'entendent toujours hors TVA ou autre taxe au taux légal. Les rémunérations éventuelles liées aux droits d'auteur et aux droits voisins devant être versées à des sociétés de gestion telles que la SUISA ou la GEMA suite à la diffusion de spots publicitaires ne sont pas comprises non plus dans les prix de base. Sauf accord contraire, elles doivent donc être prises en charge par l'annonceur (voir ch. 8.2.)

### **3.2. Modifications de prix ou de tarifs**

Il est possible à tout moment de modifier les prix publiés. Les modifications de prix ne s'appliquent aux mandats de publicité valablement conclus que si Goldbach les a annoncées au moins dix jours calendaires avant le début de la distribution. En cas d'augmentation du prix, le mandant dispose d'un droit de résiliation du contrat qu'il devra exercer par écrit dans un délai de cinq jours ouvrables à compter de la réception de la notification. En l'absence de réponse contraire du mandant, Goldbach pourra effectuer la distribution convenue, mais en appliquant les nouveaux tarifs.

## **4. REMISES ET COMMISSION**

### **4.1. Rabais au comptant**

Dans la mesure où les indications de prix publiées et la documentation tarifaire téléchargeable en ligne en vigueur ou les Conditions de publicité applicables aux sociétés du groupe le prévoient, et si le budget annuel d'un mandat pour un support de diffusion donné dépasse la somme indiquée dans le tableau des rabais applicables, Goldbach accorde des remises sous forme de rabais au comptant sur les indications de prix publiées, en se référant expressément au chiffre 4.4. des présentes Conditions générales. Le rabais est calculé sur la base du budget annuel enregistré au moment du calcul (volume des réservations au cours de l'année de la commande [année calendaire]) et pris en considération au moment de la facturation. Le décompte définitif s'effectue rétroactivement et en fonction des prestations publicitaires effectivement commandées, au plus tard à la fin de l'année et de la commande.

### **4.2. Remises fermes et remises de groupe**

Les remises fermes de fin d'année et les remises accordées aux groupes doivent dans tous les cas faire l'objet d'une convention expresse et signée par les deux parties. Lorsque l'octroi de remises communes est demandé pour des sociétés appartenant à un groupe (l'état du groupe au 1er janvier de l'année civile faisant foi), il est nécessaire d'apporter la confirmation écrite d'une participation d'au moins 50% à ce groupe.

### **4.3. Commission de conseil, autres rémunérations des agences**

Les agences de publicité reçoivent, dans la mesure où elles peuvent justifier des prestations de conseil offertes à leurs mandants ou d'autres prestations de services correspondantes, une commission conseil (rémunération d'agence) fixée conformément aux Conditions de publicité applicables aux sociétés du groupe, sauf dans les cas où elles sont en retard de paiement envers Goldbach.

Le mandant prend acte et accepte le fait que Goldbach puisse accorder aux agences une rémunération supplémentaire directe pour des prestations particulières entraînant pour Goldbach une diminution des charges ou une minimisation des risques.

En outre, Goldbach peut verser aux agences et à d'autres mandants publicitaires une commission pour toute réservation ou tout changement de réservation électronique des espaces publicitaires au moyen du système de réservation et de gestion en ligne de la filiale concernée. Les agences de publicité et de média, ainsi que tout autre intermédiaire intéressé par une «indemnisation en ligne» concluent à cette fin et sur une base annuelle une convention avec Goldbach. Ladite convention énonce les conditions d'octroi d'une «commission pour réservation en ligne».

### **4.4. Garantie des agences**

Les agences garantissent à Goldbach l'utilisation licite des remises qui leur sont accordées. Elles garantissent notamment que l'octroi et le paiement des remises n'impliquent de leur part aucune violation de la loi ou du contrat. Elles garantissent également avoir fourni aux clients une information complète et transparente sur les remises et leur permettre d'en bénéficier entièrement, à moins que ceux-ci n'y renoncent explicitement.

## **5. CONDITIONS DE PAIEMENT**

### **5.1. Facturation**

Goldbach facture ses prestations après avoir effectué la distribution. Sauf dispositions contraires des Conditions de publicité applicables aux sociétés du groupe ou d'un accord particulier, la facturation est effectuée au plus tard à la fin d'une campagne publicitaire.

### **5.2. Retard de paiement**

En cas de retard de paiement, Goldbach est en droit d'exiger le paiement d'intérêts moratoires à hauteur de 5%, ainsi que des frais de rappel d'un montant de CHF 20.– pour chaque rappel. L'exercice d'autres droits n'est pas exclu. Goldbach peut, à sa libre appréciation, subordonner la poursuite de la distribution au versement d'avances ou à la fourniture de sûretés, voire, si ces prestations ne sont pas fournies, à la suspendre intégralement. Son droit au paiement reste acquis, y compris pour la distribution suspendue.

## **6. GARANTIE**

### **6.1. Goldbach**

Goldbach garantit la qualité des prestations contractuelles fournies (ci-après: «garantie»). Si un mandat de publicité ne prévoit que des prestations quantitatives, Goldbach exclut toute garantie portant sur la qualité de ces prestations. Si la distribution ne peut être assurée pour des raisons dont la responsabilité incombe au mandant publicitaire, Goldbach est en droit de facturer au mandant la rémunération de la prestation conformément au mandat. Le mandant n'aura pas droit à des prestations de remplacement. Le mandant assume les risques et les frais liés à la transmission du matériel publicitaire à Goldbach.

### **6.2. Mandant**

Le mandant se porte garant que les formes et les contenus publicitaires ne sont pas contraires, ni directement ni indirectement (en particulier par le chaînage avec d'autres contenus et plateformes), aux droits de tiers – notamment les droits d'auteur, le droit du nom, le droit de la personnalité ou le droit des marques – ni à d'autres droits de propriété industrielle ou à des dispositions du droit de la concurrence (LCD, OIP), du droit de la télédiffusion (LRTV) et à d'autres dispositions (telles que la loi sur les loteries, les casinos, le Code pénal, la législation sur les produits thérapeutiques, sur l'alcool, les denrées alimentaires, etc.) et aux grands principes défendus en Suisse (comme les principes de la Commission suisse pour la loyauté) et du pays d'origine du mandant. Le mandant publicitaire est responsable de l'obtention de l'ensemble des droits de propriété industrielle nécessaires pour diffuser la forme de publicité de façon légale et dans le respect des droits de tiers.

### **6.3. Obligation de vérification**

Le mandant publicitaire est tenu de vérifier la distribution des formes de publicité sans délai et de signaler par écrit d'éventuels défauts dans un délai de deux semaines à compter de la distribution, faute de quoi l'exécution du mandat sera réputée approuvée.

### **6.4. Mesure de la prestation**

Sauf convention contraire expresse et écrite, seules les méthodes employées par Goldbach (outils, logiciels, programmes) feront foi pour la mesure des prestations fournies par Goldbach.

### **6.5. Elimination des défauts par Goldbach**

Si la distribution convenue n'est pas exécutée ou mal exécutée pour des raisons dont la responsabilité incombe à Goldbach, celle-ci pourra, si elle le souhaite, exécuter immédiatement une nouvelle fois le mandat publicitaire conformément aux clauses du contrat en fournissant une distribution de remplacement (réparation). D'autres prétentions, notamment l'action rédhibitoire, l'action en réduction du prix ou en dommages et intérêts, sont expressément exclues dans la mesure où elles sont admises légalement. Si la

réparation a échoué pour des raisons dont le diffuseur ou Goldbach doit répondre, le mandant peut se départir du contrat. Les dispositions sur la responsabilité du chiffre 7. ci-dessous sont applicables.

## **7. RESPONSABILITÉ**

### **7.1. Goldbach**

Goldbach et les diffuseurs répondent des éventuels dommages survenus en relation avec le mandat de publicité, quelle qu'en soit la cause, uniquement en cas de faute volontaire ou de négligence grave. La responsabilité du fait des auxiliaires se limite à la faute volontaire. Une responsabilité plus étendue, notamment pour les cas de négligence légère ou moyenne, est exclue. Goldbach décline toute responsabilité pour les dommages indirects, y compris les pertes de chiffre d'affaires ou de bénéfice ou autres dommages consécutifs. Dans tous les cas de refus, de report, de déplacement, de fin prématurée ou de non-distribution de mandats de publicité juridiquement valables, les prétentions du mandant se limiteront – sous réserve du chiffre 6.5. ci-dessus – au remboursement du prix de base au sens du chiffre 3.1. Toute autre prétention est expressément exclue.

### **7.2. Mandant**

Le mandant répond envers Goldbach des dommages survenus en raison de défauts, d'un retard ou de l'inexécution fautive d'obligations liées à la livraison et à la distribution de matériel publicitaire ou de toute autre obligation contractuelle, et notamment des obligations de garantie stipulées au chiffre 6.2.

## **8. DROITS D'UTILISATION, LIBÉRATION**

### **8.1. Droits d'élaboration**

Le mandant est tenu de se procurer en son nom et pour son propre compte tous les droits nécessaires à l'élaboration des formes de publicité.

### **8.2. Droits de distribution**

Le mandant atteste et garantit qu'il est en possession de tous les droits de propriété intellectuelle, de protection de la prestation de tiers et autres droits nécessaires à la distribution des formes de publicité sur le support de diffusion prévu (à l'exception des droits de diffusion et autres droits de distribution GEMA ou du répertoire SUISA) et qu'il cède à Goldbach, lors de la conclusion du mandat de publicité, les droits d'utilisation et de traitement nécessaires à l'exécution du contrat. Le mandant cède également à Goldbach le droit de qualifier au besoin le matériel publicitaire de «Publicité» ou autre désignation analogue afin de satisfaire au principe de séparation propre au droit de la publicité et de la presse.

### **8.3. Indemnisation**

Si Goldbach et/ou un diffuseur devaient être poursuivis à raison de la distribution d'une forme de publicité et notamment de son contenu par des tiers dont les actions seraient fondées notamment sur le droit de la propriété intellectuelle ou le droit de la concurrence ou tout autre motif, le mandant indemniserà à la première demande Goldbach et/ou le diffuseur de toutes les prétentions qui en résulteraient. Le mandant ou l'agence s'engage dans ce cas à rembourser à Goldbach et/ou au diffuseur tous les frais (y compris les prestations versées au titre de dommages et intérêts et les frais d'avocat) occasionnés à ceux-ci dans le cadre de la procédure. Goldbach est tenue de ne conclure un accord extrajudiciaire qu'avec le consentement préalable du mandant ou de l'agence.

### **8.4. Droits de propriété intellectuelle et droits de protection de la prestation en cas de fabrication de matériel publicitaire par Goldbach**

Si Goldbach est chargée par le mandant d'élaborer des produits publicitaires, tous les droits de propriété intellectuelle et de protection de la prestation sur l'ouvrage restent acquis à Goldbach. Le mandant bénéficiera aux fins de la publicité d'un droit d'utilisation intransmissible, non limité dans le temps et dans

l'espace, des produits publicitaires, ledit droit étant réputé acquitté en même temps que le prix payé pour les produits publicitaires.

## **9. RETRAIT**

### **9.1. Retrait de Goldbach**

Goldbach peut se départir de mandats de publicité juridiquement contraignants si elle-même ou les diffuseurs ont à subir des changements imprévus et/ou qui ne leur sont pas imputables des offres des diffuseurs ou si celles-ci sont supprimées, en particulier suite à des mesures décrétées par les autorités de surveillance. Goldbach peut se départir du contrat jusqu'à dix jours avant le début de la distribution si un problème de concurrence surgit entre le mandant et un partenaire du diffuseur.

Toute prétention du mandant est exclue en pareil cas.

### **9.2. Exclusion/modification du droit de retrait**

Les conditions de publicité des sociétés du groupe peuvent exclure, remplacer ou modifier le droit de rétractation.

## **10. CLAUSES FINALES**

### **10.1. Droit applicable**

Les présentes Conditions générales et tous les mandats de publicité ou autres opérations conclus avec Goldbach sont soumis exclusivement au droit suisse, à l'exclusion des dispositions du droit international privé.

### **10.2. For judiciaire**

Tout litige survenant entre les parties en raison des présentes Conditions générales et des mandats de publicité ou autres affaires conclus en vertu de celles-ci sera porté devant le Tribunal compétent de Zurich.

### **10.3. Exigence de la forme écrite**

Toute modification ou ajout aux présentes Conditions générales ou aux Conditions de publicité applicables aux sociétés du groupe ainsi qu'aux stipulations annexes requièrent la forme écrite.

### **10.4. Clause de sauvegarde**

Si une ou plusieurs dispositions des présentes Conditions générales devaient s'avérer nulles ou le devenir, la validité des autres dispositions ou stipulations n'en serait, dans le doute, pas affectée. En lieu et place des dispositions invalides, les parties conviendront de règles juridiquement valables se rapprochant le plus possible du but économique des dispositions nulles.

### **10.5. Modifications des Conditions générales**

Goldbach Media se réserve le droit de modifier à tout moment les présentes Conditions générales. De telles modifications seront communiquées au mandant sous une forme adéquate. Pendant un contrat ou une campagne en cours, le donneur d'ordre peut résilier prématurément par écrit le contrat en question dans un délai de deux semaines à compter de la communication de la modification. Toutes les prestations de services perçues dans ce contexte jusqu'au moment de la résiliation du contrat devront être intégralement payées. Les campagnes en cours sont stoppées au moment de la résiliation du contrat. Si le donneur d'ordre ne résilie pas par écrit ou s'il continue de profiter des prestations contractuelles, il accepte intégralement les modifications des Conditions générales.

Küsnacht, avril 2017

et

## **CONDITIONS DE PUBLICITÉ DE SWISS RADIOWORLD AG**

### **1. VALIDITÉ**

Sauf accord contraire convenu par écrit, les présentes conditions de publicité s'appliquent aux contrats publicitaires conclus entre swiss radioworld AG (ci-après «swiss radioworld») et les mandants publicitaires, de même que la version actuelle des conditions générales de vente pour les mandats publicitaires des sociétés du groupe Goldbach Group AG (ci-après «CGV»).

En cas de divergence, les présentes conditions de publicité prévalent sur les CGV.

Les conditions de publicité s'appliquent exclusivement. Toute affirmation contraire du mandant publicitaire accompagnée d'un renvoi à ses propres conditions de publicité et de vente est par la présente expressément interdite. Les divergences par rapport aux présentes conditions de publicité ou conditions générales de vente du mandant ne sont valables que si swiss radioworld les a approuvées par écrit.

### **2. CONCLUSION DES MANDATS PUBLICITAIRES**

Le mandant publicitaire peut demander à obtenir des temps publicitaires sur la radio et dans le domaine de l'audio numérique. swiss radioworld rédige ensuite une offre sur la base de cette demande et la transmet sous forme écrite ou électronique au mandant publicitaire. L'approbation de cette offre par le mandant publicitaire marque l'entrée en vigueur du contrat publicitaire. swiss radioworld confirme le mandat publicitaire créé par une confirmation de mandat. La première livraison de la publicité désigne en tous les cas l'entrée en vigueur du mandat publicitaire.

### **3. RÉTRACTATION / AMENDE CONVENTIONNELLE**

#### **3.1. Par swiss radioworld**

swiss radioworld peut résilier des mandats publicitaires en cas de modifications non prévisibles et/ou injustifiées de l'offre du support publicitaire ou de ses paramètres, en particulier aussi suite à des mesures des autorités de surveillance ou des tribunaux. Toute réclamation du mandant est exclue dans ces cas susmentionnés.

#### **3.2. Amende conventionnelle**

Si le mandant publicitaire interrompt une campagne en cours, il est tenu de payer un dédommagement en pourcentage à hauteur de 50% de la valeur nette imputable et non livrée, en plus de la valeur nette déjà livrée (montant brut – rabais – commission conseil). En cas d'annulation de mandats publicitaires Spotify dans les 14 jours précédant le début de la campagne, un dédommagement de 100% de la valeur nette est dû.

### **4. MOYENS PUBLICITAIRES**

#### **4.1. Livraison**

Le mandant publicitaire s'engage à fournir à swiss radioworld le matériel nécessaire à la livraison de la publicité (fichiers audio, vidéo, etc.), dans le format exigé par swiss radioworld et à ses propres frais, au plus tard 2 jours ouvrables avant la date de diffusion convenue pour la radio et au plus tard 5 jours ouvrables avant pour l'audio numérique (au plus tard 15 jours avant pour les réservations Spotify), sous réserve de variations contractuelles individuelles.

#### **4.2. Responsabilité de la qualité**

Le mandant publicitaire et/ou l'agence sont seuls responsables de la qualité technique et de la mise en forme du contenu des publicités. La mise en forme du contenu doit à cet égard être conforme aux dispositions légales en Suisse et dans le pays organisateur.

#### **4.3. Rejet**

swiss radioworld n'est pas tenue de contrôler les moyens publicitaires livrés par le mandant publicitaire et/ou l'agence. swiss radioworld et les supports publicitaires se réservent le droit de refuser des moyens publicitaires livrés par le mandant publicitaire pour des raisons juridiques, morales ou similaires, y compris pour des mandats publicitaires contractuellement acceptés. swiss radioworld est tout particulièrement autorisée à refuser des moyens publicitaires en raison de leur provenance, de leur contenu, de leur forme ou de leur qualité technique. swiss radioworld informe immédiatement le mandant publicitaire de son rejet au sens susmentionné. Dans ces cas-là, le mandant publicitaire est contraint de fournir sans attendre un moyen publicitaire nouveau ou modifié.

#### **4.4. Conservation du matériel de distribution**

L'obligation de conserver les documents envoyés prend fin un an après la dernière diffusion. Jusqu'à expiration de ce délai, les documents envoyés peuvent être retournés sur demande du mandant publicitaire et contre libération de toute prétention éventuelle de tierces personnes. Après expiration de ce délai, swiss radioworld peut éliminer ou supprimer ces moyens publicitaires dans le respect de l'environnement. swiss radioworld ne peut être tenue d'échanger une correspondance.

#### **4.5. Transfert des droits d'utilisation / Rediffusion**

Par la conclusion du mandat publicitaire, le mandant accorde à swiss radioworld, outre les droits de distribution consentis conformément au chiffre 8.2 CGV pour l'exécution du mandat publicitaire, tous les droits d'utilisation et de traitement nécessaires à la réalisation d'un Audio Auditing par la société ou par un tiers indépendant, ainsi que la transmission des aperçus au niveau de la famille de produits aux clients de swiss radioworld. L'Audio Auditing sert en outre à contrôler et positionner le spot et à créer un aperçu du marché. L'auditeur audio actuel est la société Adcontrol S.R.L., Milan.

### **5. DISTRIBUTION**

#### **5.1. Principe fondamental**

Le mandat publicitaire est transmis à la station concernée ou au prestataire en ligne pour la diffusion de la publicité, conformément aux dispositions contractuelles.

#### **5.2. Placement**

swiss radioworld fera tout son possible pour assurer la distribution du format publicitaire à la période et/ou dans le lieu souhaité par le mandant publicitaire, conformément à la confirmation du mandat, sans pour autant fournir une quelconque garantie à cet égard.

Il n'existe aucun droit à un placement spécifique et/ou à un positionnement spécifique au sein de la publicité diffusée sur un support publicitaire. Les données de la confirmation de mandat ne donnent lieu à aucun engagement, dans la mesure où un déplacement de la période de distribution au sein du même bloc publicitaire à la radio, ainsi que dans la même heure, est possible à tout moment.

Les espaces publicitaires réservés par le mandant publicitaire ne sont pas transmissibles.

### **5.3. Moment et lieu de la diffusion / Défauts**

Si la distribution prévue par le contrat ne peut pas être respectée pour des raisons de programmation, de conception du site Internet (site mobile, jeu ou autre support publicitaire), de force majeure (problèmes techniques) ou de circonstances non imputables à swiss radioworld, elle sera reprogrammée.

## **6. AUTRES DISPOSITIONS**

### **6.1. Confidentialité**

Les parties s'engagent à ne pas divulguer à des tiers les informations respectivement obtenues de l'autre partie ainsi que d'autres informations confidentielles, dont notamment les remises et réductions de prix comparables accordées au mandant publicitaire ainsi que les autres conditions et volumes de médias («informations confidentielles»). Les informations confidentielles ainsi que tous les autres secrets commerciaux ou d'exploitation communiqués dans le cadre de la coopération doivent être traités de manière confidentielle, même après cessation du rapport contractuel. Les partenaires contractuels utiliseront les informations confidentielles de l'autre partenaire contractuel exclusivement aux fins d'exécution des contrats publicitaires.

La divulgation d'informations confidentielles aux annonceurs est autorisée dans la mesure où ils se sont préalablement engagés par écrit auprès de swiss radioworld (i) à ne transmettre ces informations confidentielles (en particulier les conditions et les volumes de médias) à des tiers (en particulier conseillers et auditeurs médias) qu'à condition que ces informations confidentielles ne soient pas intégrées à des bases de données, enregistrées par ces tiers pour leur usage propre, un autre usage ou un usage externe et/ou ne puissent être utilisées d'une autre manière et (ii) sinon à ne pas du tout divulguer les informations confidentielles à des tiers.

La divulgation d'informations confidentielles à des tiers (en particulier conseillers et auditeurs médias) n'est également autorisée que si ces derniers s'engagent aussi préalablement par écrit à ne pas divulguer les informations confidentielles (en particulier les conditions et les volumes de médias), à ne pas les intégrer dans des bases de données et à ne pas les enregistrer et/ou utiliser pour leur usage propre, un autre usage ou un usage externe.

La divulgation d'informations confidentielles à un auditeur média ou à un autre tiers est exceptionnellement admise pour obtenir des indices de référence de conditions si l'auditeur média ou autre tiers (i) a signé la déclaration d'auto-obligation volontaire disponible sur [https://www.swa-asa.ch/de-wAssets/docs/artikel-printmedien/2016/Media-Audit-Declaration-d-auto-obligation\\_FR\\_2.pdf](https://www.swa-asa.ch/de-wAssets/docs/artikel-printmedien/2016/Media-Audit-Declaration-d-auto-obligation_FR_2.pdf) concernant l'établissement d'indices de référence de conditions transparents et méthodologiquement corrects, sur la base de pools de données, et qu'il s'est engagé directement (ii) auprès de swiss radioworld ou de l'Association Suisse des Annonceurs à respecter sa déclaration d'auto-obligation.

Le mandant publicitaire doit être en mesure de présenter la déclaration d'engagement signée sur demande de swiss radioworld. Si le mandant publicitaire ne peut présenter de déclaration d'engagement ou si un tiers ne respecte de toute évidence pas sa déclaration d'auto-obligation, swiss radioworld est en droit de réclamer des dédommagements pour elle-même comme pour les supports publicitaires commercialisés par Goldbach Audience.

### **6.2. Paiement**

Sauf accord contraire, toutes les factures doivent être payées, sans aucune remise, au plus tard 10 jours à compter de la facturation.

**6.3. Commission conseil**

Les agences ont droit à une commission conseil sur le montant du contrat (après déductions et hors TVA) s'élevant à 10% pour les mandats radio et à 5% pour les mandats audio numériques, conformément au chiffre 4.3 des CGV.

**6.4. Paiement anticipé**

swiss radioworld peut exiger un paiement anticipé.

**6.5. Modification des conditions de publicité**

swiss radioworld se réserve le droit de modifier à tout moment les présentes conditions de publicité. De telles modifications seront communiquées au mandant sous forme écrite ou électronique. Pendant un contrat ou une campagne en cours, le mandant publicitaire peut résilier prématurément par écrit le contrat en question dans un délai de 2 semaines à compter de la communication de la modification. Toutes les prestations de services perçues dans ce contexte jusqu'au moment de la résiliation du contrat devront être intégralement payées. Les campagnes en cours sont stoppées au moment de la résiliation du contrat. Si le mandant publicitaire ne résilie pas par écrit ou s'il continue de profiter des prestations contractuelles, il accepte intégralement les modifications des conditions publicitaires.

Küsnacht, août 2017