

CGV Print de Ringier SA (Ringier Advertising) pour les annonces et les formats d'insertion particuliers dans les journaux et les magazines

du 12 décembre 2023

1. Généralités

1.1. Champ d'application

Les présentes conditions générales de vente Print («CGV») régissent les relations contractuelles entre l'annonceur ou le mandataire publicitaire mandaté par ce dernier, dans la mesure où celui-ci agit en son nom et pour son compte (client), et Ringier SA (Ringier Advertising) pour les annonces dans un journal ou un magazine des éditions Ringier SA et Ringier Magazine SA et pour les formats d'insertion particuliers possibles dans ces journaux et magazines et les autres, p. ex. les encarts libres, agrafés ou collés, les échantillons, etc. (annonces) ainsi que pour les annonces dans les inventaires de tiers commercialisés par Ringier Advertising.

Le client accepte expressément que les annonces puissent également être diffusées via les services en ligne des éditions ou des fournisseurs tiers d'inventaire.

1.2 Représentation par une agence

Ringier Advertising accepte les contrats publicitaires d'agence, au nom et pour le compte de l'annonceur (client de l'agence) ainsi qu'au nom de l'agence et pour le compte de l'annonceur (représentation indirecte) uniquement pour les clients nommément désignés. Avant la conclusion du contrat, l'agence traitant avec Ringier Advertising précise à Ringier Advertising si elle agit au nom et pour le compte de l'annonceur (représentation directe) ou en son nom et pour le compte de l'annonceur (représentation indirecte). En cas de représentation directe, l'annonceur est considéré comme le partenaire contractuel de Ringier Advertising; en cas de représentation indirecte, l'agence est considérée comme le partenaire contractuel de Ringier Advertising. En cas d'ambiguïté en matière de représentation, le contrat est réputé conclu avec l'agence (représentation indirecte).

Ringier Advertising est en droit d'exiger des agences une preuve de mandat ou une procuration. Dans la procuration qu'il établit, l'annonceur déclare informer immédiatement Ringier Advertising de la résiliation de la commande passée à l'agence ou de la procuration. Dans la procuration, l'annonceur déclare être responsable du contenu de l'accord, en particulier de la forme et de la légalité, et répondre des éventuelles conséquences du non-respect des dispositions légales. L'annonceur est responsable du règlement des prestations prévues par l'accord vis-à-vis de Ringier Advertising et des factures correspondantes établies par Ringier Advertising au nom du représentant. Les éventuels droits de recours des annonceurs à l'encontre de l'agence font partie intégrante de la relation juridique bilatérale entre l'annonceur et l'agence et ne peuvent être opposés à Ringier Advertising ni invoqués pour le défaut ou le retard de paiement des factures établies par Ringier Advertising. Un annonceur représenté directement par une agence ne peut s'exonérer valablement de son obligation de paiement vis-à-vis de Ringier Advertising qu'en effectuant un paiement à Ringier Advertising. Ringier Advertising se réserve le droit d'entrer directement en contact avec l'annonceur directement représenté et de lui faire parvenir une copie du contrat signé.

L'agence est tenue d'informer son client des droits et devoirs lui incombant en vertu de l'ensemble des éléments contractuels. L'agence s'engage à respecter les obligations de décompte prévues par les art. 400 et 401 du code des obligations vis-à-vis de son client.

2. Conclusion de contrats publicitaires

Les devis ou les offres de Ringier Advertising sont sans engagement et sont établis sous réserve de disponibilité des temps et/ou des espaces publicitaires.

Un contrat publicitaire est valablement conclu lorsque Ringier Advertising le confirme par écrit ou par e-mail et lorsque l'annonceur ou l'agence ne conteste pas ladite confirmation de contrat par écrit ou par e-mail dans un délai de 48 heures ou

le cas échéant, lorsqu'un accord correspondant est contresigné par l'annonceur ou l'agence. Ringier Advertising est en droit d'exiger de l'annonceur ou de l'agence une contre-confirmation écrite du contrat publicitaire (un e-mail suffit). Dans tous les cas, le contrat publicitaire est conclu au placement de l'annonce (support imprimé) dans les titres convenus. Dans ce cas, le placement de l'annonce remplace la confirmation de Ringier Advertising. Dès lors, toute contestation par l'annonceur ou l'agence est exclue.

Le contrat publicitaire est soumis exclusivement aux présentes CGV ainsi qu'aux documents énumérés ci-dessous, qui constituent une partie intégrante et essentielle du contrat:

- Confirmation de contrat
- Le cas échéant, accords du client existants
- Le cas échéant, accords de l'agence existants
- Spécifications relatives aux supports publicitaires (consultables dans leur version en vigueur au moment de la conclusion du contrat sur <https://www.ringier-advertising.ch/print>)

3. Droits et obligations de Ringier Advertising

3.1 Généralités

Ringier Advertising exécute les prestations convenues avec tout le soin nécessaire.

À tout moment, Ringier Advertising est en droit de faire appel à des tiers afin de remplir ses obligations contractuelles.

3.2 Droit de refus et de suspension de la prestation

Ringier Advertising est en droit, à tout moment, de refuser les contrats publicitaires des annonceurs ou des agences, sans avoir à en indiquer les raisons. Le cas échéant, Ringier Advertising en informera sans délai le client.

Dans le cadre de contrats publicitaires déjà conclus, Ringier Advertising est en droit de refuser ou de suspendre la publication, à sa seule discrétion, sans préavis, sans avoir consulté le client et avec effet immédiat, des annonces au contenu immoral ou illégal (p. ex. représentations de la violence, contenus pornographiques ou racistes, appels à la violence ou au crime, jeux et paris contrevenant à la loi sur les jeux d'argent, publicités non sollicitées (spams), contenus portant atteinte aux droits de tiers, en particulier aux droits d'auteur, aux droits sur les marques, les designs, les brevets, la personnalité, contenus enfreignant la loi contre la concurrence déloyale ou des règles essentielles sur la publicité, p. ex. en matière de publicité pour le tabac, l'alcool, les médicaments, les produits alimentaires, etc.). Il n'en découle aucun droit dont pourrait se prévaloir le client vis-à-vis de Ringier Advertising.

Ringier Advertising est expressément dispensée de l'exécution des prestations relatives aux avoirs découlant de la compensation de prestations d'espaces gratuits, de conditions et de prestations, si un inventaire n'est plus commercialisé par Ringier Advertising. Il n'en résulte aucun droit dont pourrait se prévaloir le partenaire contractuel vis-à-vis de Ringier Advertising.

3.3 Conception des annonces

Les annonces sont identifiées comme telles, p. ex. avec le terme «Annonce». Dans le cas des publiereportages, la police de base, le titre et le logo de la publication correspondante ne peuvent pas être utilisés. Les commandes de formats publicitaires spécifiques, tels que les encarts libres, agrafés ou collés, les échantillons, etc., n'engagent Ringier Advertising qu'après fourniture et validation d'un échantillon.

3.4 Dates/placements

Ringier Advertising se réserve le droit de reporter la date de parution et le placement d'une annonce. Les souhaits de placement sont pris en compte dans la mesure du possible.

Les garanties de placement entraînent des coûts supplémentaires. En cas de perturbation des activités ou de force majeure, la publication de l'annonce peut être omise ou reportée sans préavis.

3.5 Conservation des données d'impression

L'obligation de conserver les documents imprimés prend fin deux mois après la publication de l'annonce. Les documents imprimés ne sont pas retournés.

4. Droits et obligations du client

4.1 Responsabilité en matière de qualité et de contenus publicitaires/garantie

Le client est seul responsable des annonces et du contenu qu'il soumet à Ringier Advertising pour publication. Le client s'engage à contrôler la légalité et la conformité de ses annonces, de leurs contenus, des produits et des autres informations, à livrer correctement l'ensemble des données publicitaires et s'en porte garant.

4.2 Droits de propriété intellectuelle

Le client garantit qu'il a obtenu tous les droits nécessaires à la fabrication des supports publicitaires et qu'il possède tous les droits requis pour la diffusion de l'annonce.

Le client cède à Ringier Advertising et à l'éditeur tous les droits d'auteur, droits voisins et autres droits nécessaires à l'utilisation des annonces, en particulier le droit de reproduire, de diffuser (notamment sur les canaux imprimés et en ligne), de transmettre, de modifier, d'enregistrer et d'extraire d'une base de données, dans la mesure nécessaire à l'exécution de la commande en termes de durée, de lieu et de contenu, ainsi que les droits de sous-licence correspondants à l'éditeur ou à Ringier Advertising.

Le client octroie à Ringier Advertising et à l'éditeur le droit d'assortir les annonces de la mention «annonce» ou équivalent, s'il y a lieu, de conserver des copies des annonces et de les mettre à disposition de l'éditeur au moyen d'une base de données dans la mesure nécessaire à l'exécution du contrat publicitaire.

Par ailleurs, l'ensemble des droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, de marque, de design, etc.) sur les contenus, logos, mises en page, etc. appartiennent à Ringier Advertising, à l'éditeur ou aux tiers qui les ont mis à disposition et en restent la propriété. Le client reconnaît et accepte qu'il ne dispose d'aucun droit sur les droits de propriété intellectuelle susmentionnés en vertu de la relation contractuelle avec Ringier Advertising.

Le client ou l'agence autorise Ringier Advertising à faire parvenir les supports publicitaires à l'autorité compétente (p. ex. Office fédéral de la communication OFCOM, Swissmedic, Gespa, Office fédéral de la santé publique) pour évaluation si Ringier Advertising a des doutes quant à la recevabilité juridique des supports publicitaires.

En cas de doute quant à la recevabilité juridique d'un support publicitaire, Ringier Advertising est autorisé à le refuser ou à suspendre la publication (cf. art. 3.2).

4.3 Indemnisation

Si la responsabilité pénale, civile ou administrative de Ringier Advertising, d'un membre des organes ou d'un collaborateur de Ringier Advertising devait être engagée en raison de l'illégalité des informations de l'annonceur ou de l'agence, de l'absence du consentement de tiers, de la violation des droits de tiers, de violations de la protection des données ou d'autres violations de la législation par le partenaire contractuel ou un tiers mandaté par ce dernier, le partenaire contractuel dégagerait les personnes concernées de toute responsabilité dès la première demande et les préserverait de tout dommage ou plainte.

4.4 Réclamation

Le client doit vérifier les annonces immédiatement, dès le début de leur publication, et signaler par écrit les défauts éventuels immédiatement après la publication; ensuite, l'annonce sera réputée approuvée. En cas de vices apparents, le délai de notification des vices en question commence à courir à partir de la publication de l'annonce; en cas de vices cachés, le délai de notification des vices commence à partir de leur découverte. Le droit à une réduction est expressément exclu.

5. Conventions finales

5.1 Généralités

Conformément aux tarifs applicables pour chaque média (www.ringier-advertising.ch), le client et Ringier Advertising peuvent conclure des accords d'octroi de rabais pour une durée de 12 mois pour un volume (chiffre d'affaires ou quantité) défini par le client (conventions finales). Les tarifs de chaque média s'appliquent. Le rabais porte toujours sur la valeur de la publicité et non sur les coûts techniques ou commerciaux.

5.2 Durée

Les conventions finales (basées sur le chiffre d'affaires ou la quantité) doivent être réalisées au cours de l'année civile. La convention finale prend toujours fin au 31 décembre de la même année. Les conventions écrites expresses entre Ringier Advertising et le client en sont exclues. Chaque convention finale est généralement destinée aux annonces d'un seul client. Le montant souhaité du contrat et le début de la période doivent être convenus par écrit avec Ringier Advertising.

5.3 États financiers consolidés

Un escompte conjoint aux entreprises appartenant à un même groupe n'est possible que pour une convention finale de durée identique et pour des entreprises contrôlées directement ou indirectement par la même société à plus de 50%. Sauf convention contraire, la durée d'une convention finale pour les sociétés du groupe correspond à une année civile.

5.4 Remboursement/facturation supplémentaire

Si un niveau d'achèvement plus élevé est atteint dans le délai imparti, le client a droit à la remise correspondante. La différence de remise est versée au client à l'issue de la convention finale. Si le volume convenu n'est pas atteint, une facture supplémentaire correspondante sera établie conformément aux niveaux d'achèvement/de remise spécifiés dans la documentation de l'annonce.

5.5 Tarification dynamique

Pour les réservations relevant de la tarification dynamique, veuillez consulter la fiche «Tarification dynamique» de Ringier Advertising, disponible sur le site <https://www.ringier-advertising.ch/fr/print/dynamic-pricing/>.

6. Prix de base

6.1 Généralités

Les prix, les coûts supplémentaires et les rabais contenus dans la documentation publicitaire sont appliqués à tous les donneurs d'ordre conformément aux directives uniformisées de l'éditeur. Les mandataires publicitaires tels que les agences média ou de publicité sont tenus de respecter les prix des annonces et les conditions en vigueur de Ringier Advertising dans les offres, contrats et factures qu'ils soumettent à leurs clients. Nous nous réservons le droit de modifier les prix des annonces. Ces modifications s'appliquent également aux commandes en cours dès leur entrée en vigueur (cf. art. 11.2).

6.2 Commission conseil (CC)

La commission conseil est soumise aux règles correspondantes, conformément au tarif de chaque média, disponible sur www.ringier-advertising.ch.

6.3 Ristourne sur le chiffre d'affaires annuel (RACHA)

Une ristourne sur le chiffre d'affaires annuel provenant du montant net facturé est accordée à tous les clients directs dont le chiffre d'affaires annuel généré par leurs commandes publicitaires s'élève avec certitude à au moins 30 000 CHF (hors rubriques et HT) dans une ou plusieurs publications commercialisées par Ringier Advertising. Les autres règles applicables sont consultables dans les tarifs correspondants, disponibles à l'adresse www.ringier-advertising.ch.

6.4 Commission conseil et ristourne sur le chiffre d'affaires annuel

La commission conseil et la ristourne sur le chiffre d'affaires annuel ne sont pas cumulables. En cas de non-respect des conditions de paiement, le client est tenu de rembourser les CC et RACHA déjà versées.

6.5 TVA

Tous les prix des annonces s'entendent hors TVA. Si la facture est établie au nom d'une société étrangère, la TVA suisse n'est pas applicable.

7. Facturation et conditions de paiement

7.1 Facturation

Ringier Advertising facture le client après la livraison complète de la prestation convenue ou mensuellement, au prorata temporis. Si Ringier Advertising n'est pas en mesure de fournir la prestation convenue

pendant la période de campagne convenue, ou ne peut pas la fournir entièrement pour des raisons imputables au client, et notamment parce que Ringier Advertising n'a pas reçu les annonces à temps, les a reçues sous une forme non conforme, dans un format incorrect ou avec un contenu illégal, Ringier Advertising est en droit de facturer intégralement au client la rémunération due pour la prestation conformément à la commande.

Si Ringier Advertising n'est pas en mesure de fournir la prestation convenue pendant la période de campagne convenue, ou ne peut pas la fournir entièrement pour des raisons dont le client ne peut être tenu responsable, Ringier Advertising réduira proportionnellement le montant facturé au client correspondant à la rémunération due pour la prestation, conformément à la commande. Il en va de même pour les cas où le service convenue n'est pas fourni ou n'est pas fourni dans son intégralité pour des raisons imputables à Ringier Advertising, mais pas au client.

7.2 Délai de paiement/défaut de paiement

Sauf convention contraire, les factures sont payables et exigibles sans déduction et au plus tard 30 jours après la facturation. En cas de défaut de paiement, Ringier Advertising est en droit de facturer des frais de rappel de 20 CHF par rappel. En cas de défaut de paiement, le client doit payer les intérêts de retard légaux habituels et les frais de recouvrement. Si le client ne paie pas la ou les factures malgré le rappel, Ringier Advertising est en droit de résilier la commande sans préavis (résiliation pour de justes motifs conformément à l'art. 10.5). En cas de défaut de paiement, Ringier Advertising est en droit de stopper immédiatement la commande du client sans rappel et de suspendre la publication d'annonces en cours. Le client reste tenu de payer entièrement la somme contractuelle et est responsable des dommages supplémentaires.

7.3 Acomptes/garanties

Nonobstant les dispositions de l'art. 7.1, Ringier Advertising se réserve le droit de facturer à l'avance les commandes sur une base mensuelle. En l'absence de tout autre accord, ce paiement anticipé doit être réglé une semaine avant la première publication de l'annonce. Si ce délai de paiement n'est pas respecté, Ringier Advertising est en droit d'annuler l'annonce prévue sans qu'un rappel soit nécessaire. Le client reste tenu de payer entièrement la somme contractuelle et est responsable des dommages

supplémentaires. Ringier Advertising a notamment le droit de conditionner la fourniture d'autres prestations de services au paiement des acomptes ou au versement de garanties dans les cas suivants:

- Défaut de paiement par le client, conformément à l'art. 7.2; ou
- Si Ringier Advertising apprend que le client a des difficultés de paiement ou si la situation financière du client se dégrade sensiblement.

7.4 Interdiction de compensation

Le client n'est pas autorisé à déduire ses créances des paiements à Ringier Advertising.

Par ailleurs, nos dispositions relatives à la protection des données s'appliquent et peuvent être consultées sur

<https://www.ringier-advertising.ch/fr/protection-des-donnees/>.

8. Protection des données

Ringier Advertising accorde une grande importance à la protection et à la sécurité des données. Lors du traitement des données personnelles, Ringier Advertising respecte la législation suisse en vigueur en matière de protection des données. Le client garantit à Ringier Advertising qu'il respecte également la législation applicable en matière de protection des données et confirme notamment que toutes les données personnelles qu'il a fournies ont été valablement collectées et peuvent être utilisées par Ringier Advertising ou l'éditeur pour exécuter la commande qu'il a passée. Ringier Advertising s'engage à utiliser les données du client, sauf autre consentement donné par ailleurs, uniquement dans le but d'exécuter la commande passée par le client et pour la gestion de la relation contractuelle. En outre, Ringier Advertising est en droit de traiter les données personnelles du client à des fins de marketing, en particulier pour l'envoi d'offres sur mesure.

Le client peut restreindre ou interdire l'utilisation de ses données à des fins de marketing en faisant part de son opposition à Ringier Advertising par e-mail, courrier ou téléphone.

9. Garantie et responsabilité

9.1 Garantie

Ringier Advertising garantit la meilleure publication possible de l'annonce, conformément à la norme technique habituelle. Le client reconnaît que, compte tenu de l'état de la technique, il n'est pas possible de fournir à tout moment une reproduction absolument parfaite lors de la publication de l'annonce.

Les erreurs insignifiantes, en particulier les altérations insignifiantes de la reproduction des annonces, sont exclues de la garantie. En outre, Ringier Advertising n'assume aucune responsabilité pour la transmission des annonces au serveur de Ringier Advertising. Ringier Advertising n'est pas tenue de vérifier la conformité légale, l'exactitude, l'actualité, l'exhaustivité, la qualité et/ou l'absence d'erreurs de l'annonce ou du contenu mis à disposition; elle n'assume aucune garantie et décline toute responsabilité à cet égard. Ringier Advertising ne garantit pas l'exactitude, l'actualité et l'exhaustivité des informations accessibles via les objets médias de l'éditeur.

9.2 Dommages directs et indirects

Ringier Advertising est responsable sans limitation des dommages directs causés intentionnellement ou par négligence grave. En cas de négligence légère, Ringier Advertising est responsable des dommages corporels sans limitation et des dommages matériels et pertes financières jusqu'à concurrence des coûts de production de la prestation achetée par le client, mais dans une limite de 30 000 CHF par sinistre.

La responsabilité de Ringier Advertising pour les dommages indirects ainsi que pour les pertes de ventes et de profits est exclue. Les dispositions légales contraignantes conservent leur validité. Dans la mesure où Ringier Advertising est tenue de verser des dommages-intérêts, elle

doit mettre le client dans la même position que si le contrat n'avait pas été conclu (intérêt dit négatif); les dommages-intérêts pour inexécution sont exclus.

9.3 Dommages non imputables à Ringier Advertising

La responsabilité de Ringier Advertising n'est pas engagée si la fourniture du service est temporairement interrompue, totalement ou partiellement limitée ou impossible pour cause de force majeure. Sont notamment considérées comme cas de force majeure les pannes de courant et l'apparition de logiciels nuisibles (p. ex. virus informatique). Ringier Advertising ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation abusive par des tiers (p. ex. pirates informatiques, expéditeurs de virus informatiques), des lacunes en matière de sécurité des réseaux de télécommunication et d'Internet et du coût des services d'assistance éventuels fournis par le client ou par des tiers mandatés par le client.

10. Durée du contrat, droit de rétractation, de report et de résiliation

10.1 Durée du contrat

Le début et la durée du contrat sont précisés dans la commande.

10.2 Droit de rétractation/annulation

En principe, la rétractation de l'annonceur ou de l'agence est exclue. Toutefois, Ringier Advertising peut, à sa discrétion et dans certains cas dûment justifiés, accorder un droit de rétractation à l'annonceur ou à l'agence. L'annulation doit être demandée par écrit (un e-mail suffit) et doit être justifiée de manière compréhensible. Il n'est pas possible d'annuler une commande par téléphone ou par oral. En revanche, si Ringier Advertising considère la rétractation comme infondée, elle ne sera en aucun cas accordée. Si Ringier Advertising accorde exceptionnellement un droit de rétractation à l'annonceur ou à l'agence, la rétractation est possible gratuitement jusqu'à 11 jours ouvrables avant la date de clôture convenue. Durant les 10 derniers jours ouvrables

avant la date de clôture convenue, le droit de rétractation accordé par Ringier Advertising au partenaire contractuel est assorti d'un dédommagement (pénalité contractuelle) correspondant à un pourcentage de la valeur nette du contrat publicitaire concerné:

- entre 10 et 6 jours ouvrables: 25%
- entre 5 et 3 jours ouvrables: 50%
- moins de 3 jours ouvrables avant la date de clôture: 100%

10.3 Report

La demande de report d'une date de publication convenue doit être faite par écrit et n'est possible que jusqu'à la date de clôture. Le report est en tout cas subordonné aux capacités disponibles.

10.4 Fin des contrats à durée déterminée

Dans le cas d'une durée clairement fixée dans le contrat, le contrat prend fin automatiquement à la fin de la durée convenue.

10.5 Résiliation pour de justes motifs

Dans tous les cas, Ringier Advertising se réserve le droit de résilier le contrat sans préavis pour de justes motifs. Parmi les justes motifs, on peut notamment citer les suivants:

- Défaut de paiement par le client, conformément à l'art. 7.2;
- Violation des présentes CGV;
- Utilisation abusive des services de Ringier Advertising à des fins illégales ou immorales par le client; ou
- Arrêt d'un média dans lequel l'annonce aurait dû être publiée pendant la durée du contrat.

En cas de résiliation sans préavis pour de justes motifs, Ringier Advertising est en droit de suspendre la publication des annonces avec effet immédiat. Nous nous réservons le droit de faire valoir des demandes de dommages et intérêts et d'autres réclamations contre le client. En cas de résiliation sans préavis à la suite de l'arrêt d'un média, Ringier Advertising n'est pas tenue de verser une indemnité.

En cas de résiliation sans préavis pour de justes motifs, le client remboursera à Ringier Advertising, sans préjudice de toute autre obligation légale, toute rémunération due pour les services déjà rendus ainsi que la différence entre les rabais de volume éventuellement déjà accordés et le rabais calculé sur la base du volume réel acheté après la résiliation.

11. Modifications

11.1 Adaptation des conditions générales de vente

Ringier Advertising est en droit de modifier ou d'adapter les conditions générales de vente à tout moment; les modifications entrent également en vigueur pour les commandes en cours. Ringier Advertising informera ses clients des modifications au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur des nouvelles conditions générales de vente.

11.2 Modifications de prix

Ringier Advertising est libre de modifier ses prix et de changer ses emplacements d'annonce à tout moment, ainsi que de les retirer de l'offre, en partie ou dans leur intégralité. Cela ne s'applique pas aux contrats publicitaires qui sont déjà juridiquement contraignants.

Les modifications de prix par rapport aux tarifs publiés sont possibles à tout moment. Les modifications de prix ne s'appliquent pas aux contrats publicitaires juridiquement contraignants. Les ajustements de prix à la suite de modifications des taux (p. ex. augmentation de la TVA) ne sont pas considérés comme des augmentations de prix.

Le développement d'un emplacement d'annonce ou l'adaptation appropriée d'une annonce pour des raisons objectives ne sont pas considérés comme une modification du contrat. La pertinence d'un développement ou d'une adaptation ultérieure – p. ex. dans le cadre d'une refonte d'un support publicitaire – est présumée.

12. Forme écrite

Les modifications ou les ajouts au présent accord, y compris les modifications du présent article, doivent être faits par écrit pour être valables. Outre la signature manuscrite, la signature électronique avancée via Skribble ou un autre fournisseur de signature électronique est reconnue comme forme écrite. Il en va de même pour la renonciation à cette exigence de forme écrite

13. Confidentialité

Ringier Advertising et le client sont tenus de traiter de manière confidentielle toutes les informations sur l'autre partenaire contractuel ou sur l'éditeur qui ne sont ni notoirement connues ni accessibles au public et qu'ils ont reçues en rapport avec la conclusion ou l'exécution du contrat. Cette obligation de confidentialité s'applique dès que l'une des parties a accès à des informations confidentielles du partenaire contractuel ou de l'éditeur, quelle que soit la date de début du contrat, et se poursuit au-delà de la fin du contrat.

14. Clause de sauvegarde

Si l'une ou plusieurs des dispositions des présentes CGV devaient s'avérer ou devenir invalides, la validité des autres dispositions ou autres accords n'en serait pas affectée. La disposition invalide devra au contraire être remplacée par une disposition se rapprochant légalement le plus possible de l'objectif économique de la disposition invalide. Il en va de même en cas de lacunes devant être comblées.

15. Transfert à des tiers

Les droits et obligations découlant du présent contrat ne peuvent être transférés à un tiers qu'avec le consentement écrit de l'autre partie. Le transfert de l'ensemble du contrat à un successeur légal ou au sein d'une même entreprise est exempté de l'obligation de consentement. Ce transfert doit toutefois être notifié par écrit à l'autre partie.

16. Droit applicable et juridiction

La relation contractuelle est régie par le droit suisse, à l'exclusion de la loi fédérale sur le droit international privé (LDIP) et de la Convention des Nations Unies sur les contrats de vente internationale de marchandises (Convention de Vienne).

Le for juridique exclusif est Zurich (Suisse).