

# Conditions générales Digital de Ringier SA (Ringier Advertising)

du 27 mars 2026

## 1. Généralités

### 1.1. Domaine d'application

Les présentes Conditions générales Digital de Ringier SA (« CG ») s'appliquent à tous les ordres publicitaires et régissent la conclusion, le contenu et l'exécution des contrats relatifs à l'offre de Ringier SA (Ringier Advertising) visant l'intégration d'annonceurs dans un support publicitaire des médias électroniques des propriétaires d'inventaire.

Les CG de Ringier Advertising s'appliquent exclusivement. Toute confirmation contraire de l'annonceur ou de l'agence (partenaire contractuel) se référant à ses propres conditions générales est expressément rejetée. Les dérogations aux présentes CG ou aux conditions du partenaire contractuel ne sont valables que si et dans la mesure où Ringier Advertising les confirme par écrit.

Pour les transactions e-commerce de partenaires individuels intégrés aux offres des propriétaires d'inventaire, les conditions générales en vigueur des exploitants de boutiques s'appliquent, telles qu'elles sont consultables sur leur site internet.

### 1.2. Définitions

Sont considérés comme propriétaires d'inventaire les entreprises ayant mis leur inventaire (en tout ou en partie) à disposition de Ringier Advertising pour sa commercialisation.

Sont considérés comme annonceurs les personnes physiques ou morales qui font de la publicité pour elles-mêmes, leurs produits et/ou services, ou pour les produits et/ou services qu'elles distribuent.

Par ordre publicitaire, on entend tout contrat entre Ringier Advertising et le partenaire contractuel portant sur l'intégration de toute forme de communication commerciale (« matériel publicitaire ») de l'annonceur dans un support publicitaire d'un propriétaire d'inventaire.

Le partenaire contractuel est soit l'annonceur lui-même (qu'il contracte directement ou via une agence de publicité ou média), soit une agence de publicité ou média (agence), pour autant que celle-ci soit le véritable partenaire contractuel de Ringier Advertising et qu'elle conclue la relation contractuelle en son propre nom et pour son propre compte.

Par support publicitaire, on entend tous les médias électroniques des propriétaires d'inventaire commercialisés (en tout ou en partie) par Ringier Advertising.

En principe, les formats publicitaires sont ceux figurant dans la liste d'offres ou de prix en vigueur – disponible sur [www.ringier-advertising.ch/digital](http://www.ringier-advertising.ch/digital). Des formats spéciaux et formes publicitaires particulières sont possibles après concertation et validation par Ringier Advertising. Ringier Advertising est autorisée à modifier ou supprimer à tout moment les formats proposés. L'offre comprend également un réseau dynamique d'éditeurs (y compris des plateformes tierces), dont la composition peut être modifiée à tout moment par ajout, suppression ou remplacement d'éditeurs.

### 1.3. Représentation par une agence

Les ordres publicitaires passés par des agences 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), ne sont acceptés par Ringier Advertising que pour des clients nommément désignés. L'agence intervenant vis-à-vis de Ringier Advertising informe celle-ci, avant la conclusion du contrat, si elle agit au nom et pour le compte de l'annonceur (représentation directe) ou en son propre nom pour le compte de l'annonceur (représentation indirecte). En cas de représentation directe, l'annonceur est le partenaire contractuel de Ringier Advertising ; en cas de représentation indirecte, l'agence est le partenaire contractuel de Ringier Advertising. En cas d'incertitude quant à la représentation, le contrat est réputé conclu avec l'agence elle-même (représentation indirecte).

Ringier Advertising est en droit d'exiger des agences une preuve de mandat ou une procuration. L'annonceur déclare, dans la procuration qu'il a établie, informer immédiatement Ringier Advertising de toute révocation du mandat ou de la procuration accordée à l'agence. Dans ladite procuration, l'annonceur déclare être responsable du contenu de l'accord, en particulier de sa forme et de sa conformité légale, et répondre des conséquences éventuelles du non-respect des dispositions légales. L'annonceur est responsable vis-à-vis de Ringier Advertising du paiement des prestations énumérées dans l'accord ainsi que des factures correspondantes établies par Ringier Advertising au nom du représentant. Les éventuels droits de recours de l'annonceur contre l'agence font partie de la relation juridique bilatérale entre l'annonceur et l'agence et ne peuvent ni être opposés à Ringier Advertising ni servir de fondement à un non-paiement ou à un paiement tardif des factures émises par Ringier Advertising. Un annonceur représenté directement par une agence ne peut valablement se libérer de son obligation de paiement envers Ringier Advertising qu'en effectuant le paiement directement à Ringier Advertising. Ringier Advertising se réserve le droit de prendre contact directement avec l'annonceur représenté et de lui transmettre une copie du contrat signé.

L'agence est responsable d'informer son client de ses obligations et de ses droits résultant de l'ensemble des éléments contractuels.

L'agence s'engage à respecter, à l'égard de son client, ses obligations de reddition de comptes conformément aux articles 400 et 401 du Code des obligations.

## 2. Conclusion des ordres publicitaires

Les offres de Ringier Advertising sont toujours sans engagement et sont notamment soumises à la disponibilité des périodes publicitaires et/ou des emplacements publicitaires.

Un ordre publicitaire est valablement conclu lorsque Ringier Advertising confirme un ordre publicitaire par écrit ou par e-mail et que l'annonceur ou l'agence ne s'oppose pas à cette confirmation de commande dans un délai de 48 heures par écrit ou par e-mail, ou, le cas échéant, lorsqu'un accord correspondant est contresigné par l'annonceur ou l'agence. Ringier Advertising a le droit d'exiger de l'annonceur ou de l'agence une contre-confirmation écrite de l'ordre publicitaire (un e-mail suffit). Avec l'intégration des supports publicitaires aux emplacements publicitaires convenus, l'ordre publicitaire est en tout état de cause conclu. Dans ces cas, l'intégration des supports publicitaires remplace la confirmation de Ringier Advertising. Dans ce cas, toute opposition de l'annonceur ou de l'agence est exclue.

En cas de réservations via le Ringier Advertising Booking Tool, l'ordre publicitaire est, par dérogation à ce qui précède, conclu immédiatement avec la confirmation du processus de réservation par le partenaire contractuel dans l'outil. Le récapitulatif des prestations réservées généré par le système vaut dans ce cas confirmation de commande. Toute opposition du partenaire contractuel à cette confirmation automatisée est exclue. Les valeurs de performance qui y sont indiquées (p. ex. Ad Impressions) sont des estimations fondées sur des valeurs empiriques et ne sont pas garanties.

Seules les présentes CG ainsi que les documents énumérés ci-après, qui constituent une partie essentielle et intégrante du contrat, s'appliquent à l'ordre publicitaire :

- confirmation de commande (y compris les récapitulatifs générés par le système de la plateforme de réservation)
- éventuels accords clients existants
- éventuels accords d'agence existants
- spécifications des supports publicitaires (consultables dans la version en vigueur au moment de la conclusion du contrat sous <https://www.ringier-advertising.ch/digital>)

## 3. Droits et obligations de Ringier Advertising

### 3.1. Généralités

Ringier Advertising fournit les prestations convenues avec diligence. Elle est en droit, à tout moment, de faire appel à des tiers pour l'exécution de ses obligations contractuelles.

### 3.2. Droit de refus et de suspension de la prestation

Ringier Advertising a à tout moment le droit de refuser des ordres publicitaires d'annonceurs et/ou d'agences sans indication de motifs. Ringier Advertising informe sans délai l'annonceur ou l'agence d'un tel refus.

Dans le cas d'ordres publicitaires déjà conclus, Ringier Advertising est en outre autorisée, à son entière discrétion, à retirer à tout moment du site internet, sans préavis, sans consultation du partenaire contractuel et avec effet immédiat, les contenus immoraux ou illicites des supports publicitaires (tels que

notamment des représentations de violence, des contenus pornographiques ou racistes, des appels à la violence ou à des infractions, des jeux et paris contraires à la loi sur les jeux d'argent, des envois publicitaires non sollicités (spamming), des contenus portant atteinte aux droits de tiers, notamment aux droits d'auteur, de marque, de design, de brevet ou de la personnalité, des contenus contraires à la loi contre la concurrence déloyale ou aux prescriptions publicitaires applicables, p. ex. en matière de publicité pour le tabac, l'alcool, les médicaments, les denrées alimentaires, etc.).

Ringier Advertising est expressément libérée de l'obligation de fournir des prestations relatives à des avoirs (en suspens) de free space, de conditions et de compensations de prestations, si un inventaire n'est plus commercialisé par Ringier Advertising. Le partenaire contractuel ne dispose à ce titre d'aucune prétention à l'encontre de Ringier Advertising.

En cas de réservation automatique via des canaux programmatiques et le Ringier Advertising Booking Tool ou, plus généralement, pour la publicité digitale, Ringier Advertising est autorisée à tout moment et sans concertation avec le donneur d'ordre publicitaire ou l'agence à procéder à des adaptations a) du ciblage et b) de la durée de campagne. Le donneur d'ordre publicitaire ou l'agence n'en tirent aucune prétention ni autre revendication à l'encontre de Ringier Advertising. Les modifications dans la composition du réseau d'éditeurs ne constituent pas une mauvaise exécution de la part de Ringier Advertising et ne libèrent pas le partenaire contractuel de son obligation de rémunération. Afin d'épuiser le budget convenu, la durée convenue peut en outre être dépassée de 72 heures au maximum, pour autant qu'aucun motif impérieux (p. ex. offre du partenaire contractuel limitée dans le temps) ne s'y oppose. Le donneur d'ordre publicitaire n'a notamment aucun droit à ce que la publicité en ligne soit placée à une position déterminée sur le site internet concerné ni au respect d'un horaire d'accès déterminé audit site internet. Dans ce cas, les prestations réservées en Ad Impressions sont bien entendu diffusées par Ringier Advertising à un autre moment, à un autre endroit et, le cas échéant, au moyen d'une autre structure de données de groupes cibles, à sa propre discrétion.

### 3.3. Liberté éditoriale

La liberté éditoriale relative à l'ensemble des contenus sur tous les supports publicitaires appartient au propriétaire d'inventaire concerné. Elle n'est pas affectée par le présent contrat et comprend également la conception, telle que par exemple la répartition en canaux. Les modifications de la conception des médias électroniques des propriétaires d'inventaire ou des supports publicitaires pendant la durée du contrat sont autorisées à tout moment, pour autant que les supports publicitaires du partenaire contractuel soient replacés à un emplacement au moins équivalent. En cas de désaccord sur l'équivalence, la décision quant à l'équivalence appartient à Ringier Advertising.

### 3.4. Divulgence de données pour les statistiques sur la publicité

Le partenaire contractuel prend acte et accepte que Ringier Advertising puisse utiliser des données pour établir des statistiques publicitaires et les transmettre à des tiers.

### 3.5. Conservation

Ringier Advertising a le droit, mais non l'obligation, de conserver le matériel publicitaire et de l'archiver pour une durée illimitée.

## 4. Droits et obligations du partenaire contractuel

### 4.1. Mise à disposition des supports publicitaires

Le partenaire contractuel est tenu de mettre à la disposition de Ringier Advertising, à ses propres frais, les supports publicitaires nécessaires à la diffusion / mise en ligne de la publicité, y compris en cours de campagne, conformément aux exigences techniques en vigueur – consultables sous [www.ringier-advertising.ch/digital](http://www.ringier-advertising.ch/digital) – au plus tard dans les délais suivants avant la date de mise en ligne confirmée (début de campagne) :

- formats standard : 3 jours ouvrables (dans la mesure où ils n'ont pas été réservés via le Ringier Advertising Booking Tool)
- formats spéciaux (p. ex. Branding Day, Welcome Ad, Video, Advertorial, Native, Sponsoring, CPC, Newsletter) : 5 jours ouvrables (dans la mesure où ils n'ont pas été réservés via le Ringier Advertising Booking Tool)

En cas de réservations via le Ringier Advertising Booking Tool, les délais de préavis spécifiques au produit indiqués dans l'outil s'appliquent. Le partenaire contractuel prend acte du fait qu'en cas de non-respect de ces délais de préavis, une réservation à la date souhaitée n'est pas techniquement possible.

Dans certains cas, les délais de préavis peuvent différer en raison de dispositions particulières du support publicitaire. Ringier en informe alors le donneur d'ordre dans les meilleurs délais.

La livraison des supports publicitaires doit être effectuée à [digitaladops@ringier.ch](mailto:digitaladops@ringier.ch) ou directement via la fonction d'upload correspondante du Ringier Advertising Booking Tool.

Le partenaire contractuel supporte les conséquences d'une livraison tardive ou défectueuse des supports publicitaires.

En cas de livraison non conforme, notamment tardive, ou de modification ultérieure, aucune garantie n'est donnée quant au respect de la date de mise en ligne convenue ni quant à l'exécution de la prestation convenue. Le droit intégral à rémunération de Ringier Advertising subsiste même si la diffusion du support publicitaire est tardive ou n'a pas lieu.

#### 4.2. Rémunération

Le partenaire contractuel paie à Ringier Advertising la rémunération fixée dans l'ordre publicitaire, majorée de la TVA et, le cas échéant, des autres impôts applicables au taux légal en vigueur.

Le partenaire contractuel est tenu d'intégrer ou de faire intégrer un Toolbox Program Code (AdTag) pour le reporting et le tracking sur les sites internet de l'annonceur lorsque la rémunération ou une partie de la rémunération repose sur une valeur post-click (facturation par inscription, etc.).

Si Ringier Advertising dépend, en raison du modèle de rémunération convenu (p. ex. participations au chiffre d'affaires), du décompte fourni par le partenaire contractuel, celui-ci établit et remet à Ringier Advertising, au plus tard le troisième jour ouvrable de chaque mois suivant, un décompte détaillé. Ringier Advertising a le droit de faire contrôler ce décompte par un expert-comptable indépendant et/ou un informaticien indépendant tenus à la confidentialité. Si les écarts constatés par ceux-ci dépassent 5 % au détriment de Ringier Advertising, les frais de contrôle sont à la charge du partenaire contractuel et les écarts sont refacturés à due concurrence.

#### 4.3. Responsabilité quant à la qualité et aux contenus publicitaires

Le partenaire contractuel assume l'entière responsabilité des supports publicitaires qu'il remet à Ringier

Advertising pour publication ainsi que de leur contenu. Le partenaire contractuel s'engage à vérifier la licéité de ses supports publicitaires, contenus, produits et autres informations et en garantit la conformité.

Le partenaire contractuel assume l'entière responsabilité du respect des critères de Heavy Ad Intervention des navigateurs Chrome et Edge. Les diffusions d'annonces bloquées par la Heavy Ad Intervention ne donnent lieu à aucun remboursement ni à aucune compensation.

#### 4.4. Droits de propriété intellectuelle

Le partenaire contractuel garantit que tous les droits nécessaires à la création des supports publicitaires ont été obtenus par lui-même et/ou par l'annonceur et qu'il détient tous les droits nécessaires à la diffusion du support publicitaire sur les supports publicitaires réservés.

Le partenaire contractuel transfère à Ringier Advertising tous les droits d'utilisation relevant du droit d'auteur, les droits voisins et autres droits nécessaires à l'utilisation de la publicité dans les médias électroniques réservés, notamment le droit de reproduction, de diffusion, de transmission, d'adaptation, de stockage dans et d'extraction à partir d'une base de données, et ce dans la mesure requise, quant au temps, au lieu et au contenu, pour l'exécution de l'ordre publicitaire, ainsi que les droits correspondants de sous-licence au propriétaire d'inventaire du support publicitaire réservé.

Le partenaire contractuel accorde à Ringier Advertising le droit, lorsque cela est nécessaire, d'identifier les supports publicitaires par la mention publicité ou toute mention analogue, de conserver des copies de la publicité et de les rendre accessibles, dans la mesure nécessaire à l'exécution de l'ordre publicitaire, via une base de données de Ringier Advertising.

Pour le surplus, tous les droits de propriété intellectuelle (droits d'auteur, droits de marque, droits de design, etc.) afférents aux contenus, logos, layouts, etc. accessibles sur les supports publicitaires des propriétaires d'inventaire appartiennent et demeurent à Ringier Advertising, aux propriétaires d'inventaire respectifs ou à des tiers qui les ont mis à la disposition de Ringier Advertising et/ou des propriétaires d'inventaire respectifs. Le partenaire contractuel prend acte et accepte qu'aucune prétention sur les droits de propriété intellectuelle susmentionnés ne découle pour lui de la relation contractuelle avec Ringier Advertising.

Le partenaire contractuel respectivement l'agence autorise Ringier Advertising à soumettre le support publicitaire à l'autorité compétente concernée (p. ex. Office fédéral de la communication OFCOM, Swissmedic, Gespa, Office fédéral de la santé publique) pour évaluation si Ringier Advertising doute de la licéité du support publicitaire.

En cas de doute quant à la licéité d'un support publicitaire, Ringier Advertising est autorisée à rejeter le support publicitaire ou à suspendre sa publication (voir chiffre 3.2).

#### 4.5. Garantie d'indemnisation

Si Ringier Advertising, un membre de ses organes ou un collaborateur de Ringier Advertising est mis en cause sur le plan pénal, civil ou administratif en raison du caractère illicite d'informations de l'annonceur ou de l'agence, de l'absence de consentement de tiers, de la violation de droits de tiers ou de violations de la protection des données ou d'autres violations de la loi par le partenaire contractuel ou un tiers mandaté par lui, le partenaire contractuel libère, à première demande, les personnes concernées de toutes prétentions et les tient intégralement indemnes de tout dommage et de toute action.

#### 4.6. Avis des défauts

Le partenaire contractuel doit vérifier l'intégration des supports publicitaires dans un délai de 24 heures à compter du début de la mise en ligne et signaler immédiatement tout défaut éventuel.

Le délai de réclamation commence, pour les défauts apparents, au moment de la diffusion du support publicitaire et, pour les défauts cachés, au moment de leur découverte. Si le partenaire contractuel omet de notifier les défauts en temps utile, la diffusion du support publicitaire est réputée approuvée.

#### 4.7. Portail client et sécurité de connexion

Lorsqu'il utilise le Booking Tool, le partenaire contractuel reçoit un accès à un espace client protégé par mot de passe. Ringier Advertising détermine le type de protection d'accès et n'est pas tenue de vérifier les données d'identité des utilisateurs. Tout accès au moyen du mot de passe correct est réputé être une utilisation autorisée par le partenaire contractuel. Ringier Advertising n'est pas tenue de prendre des mesures de protection contre la copie.

Le partenaire contractuel s'engage à protéger ses mots de passe et clés d'identification contre tout abus et répond envers Ringier Advertising de tout dommage résultant d'un abus. Ringier Advertising est autorisée à bloquer l'accès à l'espace client en cas d'abus ou en cas de retard de paiement du partenaire contractuel.

#### 4.8. Plateformes tierces (éditeurs)

La publication de contenus publicitaires sur des plateformes tierces (p. ex. Google, Meta) suppose que le partenaire contractuel dispose d'un compte correspondant.

Si Ringier Advertising assiste le partenaire contractuel lors de la création initiale de tels comptes, les droits d'administrateur sont transférés au partenaire contractuel après leur création. À compter de ce transfert, le partenaire contractuel est seul responsable de la gestion des comptes ainsi que du respect des conditions d'utilisation et des directives publicitaires respectives des éditeurs ; Ringier Advertising n'assume aucune responsabilité quant à la réussite de leur création. Ringier Advertising est en outre autorisée à exiger à tout moment du partenaire contractuel qu'il procède lui-même à la création de tels comptes.

En cas de réservation de produits combinés (p. ex. Digital & Social Media), la partie programmatique de la campagne est diffusée conformément à la date de début, même si l'autorisation de la composante réseaux sociaux (p. ex. page Facebook) par le partenaire contractuel est encore en suspens.

## 5. Facturation et conditions de paiement

### 5.1. Facturation

Ringier Advertising facture au partenaire contractuel après la fourniture complète de la prestation convenue ou, à la demande du partenaire contractuel et à la discrétion de Ringier Advertising, à la fin de chaque mois au prorata temporis. En cas d'utilisation du Booking Tool, la facturation a lieu par campagne ou mensuellement et peut commencer immédiatement après la conclusion du contrat, indépendamment de la livraison effective des supports publicitaires par le partenaire contractuel ou de leur mise en ligne.

Les prestations facturées sont déterminées par les outils d'AdManagement utilisés par Ringier

Advertising. En cas de placements publicitaires basés sur le temps (placements fixes), la prestation est réputée entièrement fournie si au moins 80 % de la performance média pronostiquée au préalable (valeurs indicatives d'AdImpressions) ont été diffusés. Pour la facturation des coûts variables, le système de tracking fait foi ; il fournit des informations sur des indicateurs tels que les clics, les leads, le chiffre d'affaires (valeur de commande). Le système de tracking de Ringier Advertising est seul déterminant à cet égard. Un écart de comptage allant jusqu'à 10 % entre le système de tracking de Ringier Advertising et celui du partenaire contractuel n'est pas pris en compte lors de la facturation. En cas d'écart supérieur à 10 %, Ringier Advertising s'efforcera de parvenir à un accord avec le partenaire contractuel.

Si Ringier Advertising n'est pas en mesure de fournir la prestation convenue pendant la durée de campagne convenue, ou pas dans son intégralité (c.-à-d. pas à hauteur d'au moins 80 % de la performance média pronostiquée au préalable), en raison de circonstances imputables au partenaire contractuel, notamment parce que Ringier Advertising n'a pas reçu les supports publicitaires à temps, les a reçus de manière défectueuse, dans un format erroné ou avec un contenu illicite, Ringier Advertising est en droit de facturer intégralement au partenaire contractuel la rémunération due pour la prestation conformément à l'ordre publicitaire.

Si plusieurs ordres sont regroupés en un ordre collectif, Ringier Advertising accorde les mêmes conditions que pour un ordre important. Si, à l'expiration de la durée de l'ordre collectif, l'intégralité du budget convenu n'a pas été utilisée, la remise accordée pour l'ordre collectif s'éteint rétroactivement. La différence en résultant par rapport au tarif régulier est facturée au partenaire contractuel.

Si Ringier Advertising n'est pas en mesure de fournir la prestation convenue pendant la durée de campagne convenue, ou pas dans son intégralité (c.-à-d. pas à hauteur d'au moins 80 % de la performance média pronostiquée au préalable), en raison de circonstances qui ne sont pas imputables au partenaire contractuel, Ringier Advertising facture au partenaire contractuel une rémunération réduite proportionnellement pour la prestation due conformément à l'ordre publicitaire. Il en va de même dans les cas où la prestation convenue n'est pas fournie ou n'est pas fournie intégralement en raison de circonstances imputables à Ringier Advertising, mais non au partenaire contractuel.

Toute indemnisation supplémentaire de la part de Ringier Advertising (p. ex. commissions perdues en raison d'une sous-livraison) est exclue. Le partenaire contractuel ne dispose d'aucun droit ni d'aucune prétention allant au-delà de ceux décrits dans la présente section 5.1 en lien avec une sous-livraison.

## 5.2. Délai de paiement / retard de paiement

Sauf accord contraire, les factures sont payables sans déduction et exigibles au plus tard 30 jours après leur émission. En cas de retard de paiement, Ringier Advertising est autorisée à facturer des frais de rappel de CHF 20.00 par rappel.

En cas de retard de paiement, les intérêts moratoires légaux usuels et les frais de recouvrement sont facturés au partenaire contractuel. Si, malgré rappel, le partenaire contractuel ne paie pas la/les facture(s), Ringier Advertising est en droit de résilier l'ordre publicitaire avec effet immédiat (résiliation pour juste motif conformément au chiffre 9.6).

En cas de retard de paiement, Ringier Advertising est autorisée à interrompre immédiatement l'ordre publicitaire du partenaire contractuel. La créance en paiement, y compris pour ces prestations non exécutées, demeure inchangée.

## 5.3. Paiement anticipé / sûretés

Nonobstant les dispositions du chiffre 5.1, Ringier Advertising se réserve le droit de facturer à l'avance, chaque mois, les ordres publicitaires. Sauf convention contraire, cette facture anticipée doit être réglée une semaine avant la première diffusion du support publicitaire.

Ringier Advertising est en outre autorisée à encaisser le prix dû via la facture de télécommunication d'un partenaire (p. ex. Swisscom). En cas de non-respect de ce délai de paiement, Ringier Advertising est autorisée à annuler le support publicitaire prévu sans rappel. Le partenaire contractuel demeure tenu de payer l'intégralité du montant contractuel et répond également de tout dommage supplémentaire.

Ringier Advertising est notamment autorisée, dans les cas suivants, à subordonner la fourniture d'autres prestations à des paiements anticipés ou à des sûretés :

- en cas de retard de paiement du partenaire contractuel conformément au chiffre 5.2 ;
- si Ringier Advertising apprend que le partenaire contractuel rencontre des difficultés de paiement ou en cas de détérioration sensible de sa situation économique.

#### 5.4. Interdiction de compensation

Le partenaire contractuel n'est pas autorisé à compenser des contre-créances à l'encontre de Ringier Advertising.

## 6. Protection des données

### 6.1. Généralités

La protection des données et la sécurité des données revêtent une grande importance pour Ringier Advertising. Lors du traitement de données personnelles, Ringier Advertising respecte la législation suisse applicable en matière de protection des données. Le traitement des données personnelles est soumis aux dispositions de protection des données de Ringier Advertising.

### 6.2. Traitement des données personnelles dans le cadre du traitement sur mandat

Le partenaire contractuel assure à Ringier Advertising qu'il respecte également la législation applicable en matière de protection des données et confirme en particulier que toutes les données personnelles qu'il met à disposition ont été collectées valablement et peuvent être utilisées par Ringier Advertising pour l'exécution du mandat qu'il lui a confié.

Ringier Advertising s'engage, sous réserve d'un consentement différent accordé par ailleurs, à n'utiliser les données du partenaire contractuel que pour exécuter le mandat confié par celui-ci ainsi que pour l'administration de la relation contractuelle. En outre, Ringier Advertising est autorisée à traiter les données personnelles du partenaire contractuel à des fins marketing, notamment pour des offres sur mesure. Le partenaire contractuel peut limiter ou interdire par écrit l'utilisation de ses données à des fins marketing.

### 6.3. Évaluation des données d'accès

Si l'annonceur respectivement l'agence reçoit des données (personnelles) de Ringier Advertising dans le cadre de concours liés à un ordre publicitaire ou par l'utilisation de techniques particulières, telles que des cookies ou des pixels de comptage, ou obtient ou collecte de quelque autre manière de telles données à partir de la diffusion de publicité en ligne, le partenaire contractuel respectivement l'agence garantit qu'il/elle respectera, lors de la collecte, du traitement et de l'utilisation de données personnelles, les

exigences du Règlement général européen sur la protection des données (RGPD) respectivement de la loi suisse sur la protection des données (LPD), ainsi que – lorsque applicable – de la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD).

## 7. Confidentialité

Ringier Advertising, l'annonceur et l'agence traitent de manière confidentielle toutes les informations qui ne sont ni généralement connues ni généralement accessibles. Cette obligation de confidentialité s'applique dès que les parties concernées ont accès à des informations confidentielles, indépendamment de la date de début du contrat, et perdure au-delà de la fin du contrat. Font exception les données pour les statistiques publicitaires mentionnées au chiffre 3.4.

## 8. Garantie et responsabilité

### 8.1. Garantie

Ringier Advertising garantit une reproduction optimale du support publicitaire correspondant à l'état de la technique habituellement applicable. Le partenaire contractuel prend acte du fait que, selon l'état de la technique, il n'est pas possible d'assurer à tout moment une reproduction totalement exempte d'erreurs d'un support publicitaire. Ringier Advertising garantit une diffusion technique des supports publicitaires exempte de défauts à 98 %.

Ringier Advertising ne garantit pas une disponibilité ininterrompue et sans perturbation des supports publicitaires sur les supports publicitaires des propriétaires d'inventaire.

Ringier Advertising n'est pas tenue de vérifier la conformité à la loi, l'exactitude, l'actualité, l'exhaustivité, la qualité et/ou l'absence d'erreurs des supports publicitaires ou contenus mis à disposition et n'assume à cet égard aucune garantie.

Ringier Advertising ne garantit pas l'exactitude, l'actualité ni l'exhaustivité des informations accessibles via les supports publicitaires des propriétaires d'inventaire.

### 8.2. Dommages directs et indirects

Ringier Advertising répond sans limitation des dommages directs causés intentionnellement ou par négligence grave. En cas de négligence légère ou moyenne, Ringier Advertising répond sans limitation des dommages corporels et des dommages matériels jusqu'à concurrence de la contre-valeur de la prestation achetée par le partenaire contractuel, mais au maximum à hauteur de CHF 30'000.00 par événement dommageable.

Toute responsabilité pour les dommages indirects ainsi que pour les pertes de chiffre d'affaires et de bénéfice est exclue. Les dispositions légales impératives demeurent réservées.

Dans la mesure où Ringier Advertising est tenue de verser des dommages-intérêts, elle doit replacer le partenaire contractuel dans la situation dans laquelle il se serait trouvé si le contrat n'avait pas été conclu (ce que l'on appelle l'intérêt négatif) ; les dommages-intérêts pour inexécution sont exclus.

### 8.3. Dommages pour des motifs non imputables à Ringier Advertising

Ringier Advertising ne répond pas lorsque la fourniture de la prestation est temporairement interrompue,

limitée en tout ou en partie, ou rendue impossible en raison d'un cas de force majeure. Sont notamment considérés comme cas de force majeure les pannes d'électricité et l'apparition de logiciels nuisibles (p. ex. infection par des virus).

Ringier Advertising n'est en aucun cas responsable des abus commis par des tiers (p. ex. hackers, expéditeurs de virus informatiques, fraude au clic), des défauts de sécurité des réseaux de télécommunication et d'internet ni des coûts d'éventuelles prestations de support de l'annonceur, de l'agence ou de tiers mandatés par eux.

Dans la mesure où les supports publicitaires ne sont pas hébergés sur un serveur de Ringier Advertising mais diffusés par le serveur d'un tiers (procédure dite de redirect) et où le partenaire contractuel met le support publicitaire à la disposition de Ringier Advertising en lui communiquant l'URL du support publicitaire sur le serveur du partenaire contractuel ou du tiers, Ringier Advertising n'assume aucune garantie ni aucune responsabilité pour la diffusion des données via internet ni pour les autres risques qui en résultent, tels que la diffusion correcte et la qualité du support publicitaire ainsi que la sécurité des données.

## 9. Durée du contrat, droit de retrait, report de date et résiliation

### 9.1. Durée du contrat

Le début et la durée du contrat résultent de l'ordre publicitaire.

### 9.2. Droit de retrait / annulation

Un retrait de la part de l'annonceur ou de l'agence est en principe exclu. Ringier Advertising peut toutefois, à sa propre discrétion, accorder dans certains cas justifiés un tel droit de retrait à l'annonceur ou à l'agence.

L'annulation doit revêtir la forme écrite (un e-mail suffit) et contenir une justification compréhensible de l'annulation. Une annulation par téléphone ou oralement n'est pas possible. Si Ringier Advertising considère en revanche le retrait comme non justifié, aucun droit de retrait n'est accordé à aucun moment.

Si, à titre exceptionnel, Ringier Advertising accorde un droit de retrait à l'annonceur ou à l'agence, le retrait est possible sans frais jusqu'à 11 jours ouvrables avant la date de mise en ligne convenue.

Au cours des 10 derniers jours ouvrables précédant le début de campagne convenu, le droit de retrait accordé par Ringier Advertising au partenaire contractuel n'est possible que contre le paiement d'une indemnité en pourcentage (peine conventionnelle) calculée sur la valeur nette/nette de l'ordre publicitaire concerné :

- entre 10 et 6 jours ouvrables : 25 %
- entre 5 et 3 jours ouvrables : 50 %
- moins de 3 jours ouvrables avant le début de la campagne : 100 %
- après la mise en ligne : 100 %

### 9.3. Report de date

Le report écrit d'une date de mise en ligne convenue n'est possible que jusqu'à 11 jours ouvrables avant la date de mise en ligne initialement convenue et sous réserve des capacités disponibles.

#### 9.4. Fin des contrats à durée déterminée

Lorsqu'une durée est clairement fixée dans l'ordre publicitaire, le contrat prend automatiquement fin à l'expiration de la durée convenue.

#### 9.5. Résiliation des contrats avec durée minimale ou des contrats à durée indéterminée

Sauf convention contraire, lorsqu'une durée minimale du contrat est fixée dans l'ordre publicitaire, chaque partie peut résilier le contrat par écrit avec un préavis de 30 jours pour la fin de la durée minimale.

Si le contrat n'est pas résilié à l'expiration de la durée minimale, il est automatiquement prolongé pour une durée indéterminée et peut être résilié par écrit avec un préavis de 60 jours pour la fin de chaque mois.

Il en va de même pour les contrats à durée indéterminée sans durée minimale.

#### 9.6. Résiliation pour juste motif

La résiliation immédiate par Ringier Advertising pour juste motif demeure réservée dans tous les cas. Constituent notamment, mais non exclusivement, des justes motifs :

- le retard de paiement du partenaire contractuel conformément au chiffre 5.2 ;
- une violation des présentes CG ou d'autres règles de conduite ;
- si le partenaire contractuel utilise abusivement des prestations de Ringier Advertising à des fins illicites ou immorales.

En cas de résiliation immédiate pour juste motif, Ringier Advertising est autorisée à suspendre avec effet immédiat la diffusion des supports publicitaires. Les dommages-intérêts et autres prétentions demeurent réservés.

En cas de résiliation immédiate pour juste motif, le partenaire contractuel doit rembourser à Ringier Advertising, sans préjudice d'éventuelles autres obligations légales, la différence entre d'éventuelles remises de volume accordées et la remise recalculée après résiliation sur la base du volume effectivement utilisé.

## 10. Modifications

### 10.1. Adaptation des conditions générales

Ringier Advertising est autorisée à modifier ou adapter à tout moment les conditions générales. Ringier Advertising informe les partenaires contractuels des modifications au moins 30 jours avant l'entrée en vigueur des nouvelles conditions générales.

### 10.2. Modifications de prix

Ringier Advertising est libre de procéder à des modifications de prix et de modifier ses emplacements publicitaires à tout moment, ainsi que de les retirer en tout ou en partie de son offre.

Des modifications de prix par rapport aux tarifs publiés sont possibles à tout moment. Elles ne produisent toutefois pas d'effet pour les ordres publicitaires valablement conclus. Les adaptations de prix consécutives à une modification des taux de prélèvements (p. ex. augmentation de la TVA) ne sont pas

considérées comme des augmentations de prix.

Le développement d'un emplacement publicitaire ou une adaptation appropriée d'un support publicitaire pour des raisons objectives ne constitue pas une modification du contrat. Le caractère approprié d'un tel développement ou d'une telle adaptation – p. ex. dans le cadre d'une refonte d'un support publicitaire – est présumé.

## 11. Forme écrite

Les modifications et compléments de la relation contractuelle, y compris les modifications de la présente clause, requièrent la forme écrite pour être juridiquement valables. Outre la signature manuscrite, la signature électronique avancée (« FES ») via Skribble ou un autre fournisseur de signature électronique est également reconnue comme forme écrite. Il en va de même pour la renonciation à cette exigence de forme écrite.

## 12. Clause salvatrice

Si une ou plusieurs dispositions des présentes CG sont ou deviennent nulles, la validité des autres dispositions ou accords n'en est, en cas de doute, pas affectée. En lieu et place des dispositions nulles, il y a lieu d'appliquer une règle qui se rapproche autant que possible, d'une manière juridiquement admissible, du sens et du but économiques de la disposition nulle. Il en va de même en cas de lacunes nécessitant d'être comblées.

## 13. Transfert à des tiers

Les droits et obligations résultant du présent contrat ne peuvent être transférés à un tiers qu'avec le consentement écrit de l'autre partie. Sont exceptés de cette exigence de consentement le transfert de l'ensemble du contrat à un successeur juridique et/ou au sein du groupe. Un tel transfert doit être notifié par écrit à l'autre partie.

## 14. Droit applicable et for juridique

La relation contractuelle est soumise au 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).