

Coopération en matière de contenu conditions générales de vente de Ringier SA (Ringier Advertising/Brand Studio) pour des projets spéciaux dans le domaine des contenus en coopération avec le Brand Studio de Ringier Advertising

du 23. mai 2024

1. Champ d'application

Les présentes conditions générales de vente pour les coopérations de contenu («CGV») régissent les relations contractuelles entre, d'une part, le client ou son mandataire publicitaire dans la mesure où celui-ci agit en son propre nom et pour son propre compte («client») et, d'autre part, Ringier SA (Ringier Advertising / Brand Studio), pour des prestations de production et de création associées à des réservations publicitaires dans nos portefeuilles digital et print. Outre les présentes CGV, les conditions générales de vente de Ringier Advertising pour ses portefeuilles digital et print (« Conditions générales Print » et « Conditions générales Digital », consultables au lien suivant: <https://www.ringier-advertising.ch/fr/legal/>) s'appliquent également. En cas de divergences, les présentes CGV prévalent sur la dernière version des documents

susmentionnés. Toute contre-confirmation du client (publicitaire) faisant référence à d'autres conditions de vente est expressément rejetée par la présente. Les dérogations aux présentes conditions ne sont valables que si et dans la mesure où Ringier SA le confirme par écrit. En cas de divergences des CGV, des CGV Print et/ou des CGV Digital avec un éventuel accord séparé et écrit entre le client et Ringier SA (Ringier Advertising/Brand Studio), ce dernier accord prévaut. Ringier Advertising offre par l'intermédiaire du Brand Studio des produits et des solutions pour tous les titres de son portefeuille, dans les domaines des contenus, de la créativité ou encore du sponsoring. Ils peuvent être diffusés ensemble à partir de tous les types de médias sur l'intégralité du portefeuille. Le suivi centralisé des clients dans des 360°-Cases (incluant la production de publicités centrées sur le contenu ou la créativité) permet au Brand Studio de répondre à un besoin des publicitaires.

2. Devis et facturation des prestations de production

Pour les collaborations de contenu, Ringier Advertising établit un devis qui comprend des éléments médias et des éléments de production (ne donnant pas droit à un rabais). Pour les produits standardisés, les coûts de production s'appliquent conformément au devis. Toute autre prestation sera détaillée en sus sur le devis. Le taux horaire individuel, les éventuelles prestations de tiers et la durée nécessaire à la production influent sur le prix de ces éléments. Ringier Advertising informe le client dans un délai raisonnable si une modification du devis entraîne des dépenses supplémentaires.

3. Réduction ou annulation de la commande

L'annulation des prestations publicitaires est encadrée, selon le cas, soit par les CGV Print, soit par les CGV Digital. Pour les prestations de productions (p. ex. la création d'un article natif, un reportage de contenu, la production d'une vidéo ou d'une bannière): En cas de réduction ou d'annulation de la commande, Ringier Advertising peut:

- Facturer le travail fourni jusqu'ici selon le devis (pro rata temporis);
- Facturer les frais et les avances de tiers;
- Exiger l'indemnisation de tout dommage résultant de la réduction ou de l'annulation.
- En outre, Ringier Advertising s'autorise à réutiliser à d'autres fins le travail fourni avant l'annulation de la commande. Ringier Advertising conserve l'intégralité des droits.

4. Acceptation et garantie

Ringier Advertising s'engage à s'acquitter des missions qui lui ont été confiées rigoureusement et en toute connaissance de cause ainsi que dans l'intérêt du client. Ringier Advertising garantit également la qualité de la sélection, de la formation et de la supervision des collaborateurs mandatés, ainsi que le professionnalisme de leurs méthodes de travail. Les prestations fournies et les résultats obtenus par Ringier Advertising sont envoyés au client et doivent être vérifiés par celui-ci («bons à tirer»). Toute réclamation est transmise par écrit au plus tard 2 jours ouvrables après fourniture des prestations par Ringier Advertising. En l'absence d'objection de la part du client dans ce délai, les prestations fournies et les résultats obtenus sont considérés comme définitivement acceptés par le client, quand bien même celui-ci aurait omis de procéder à leur examen. En cas de réclamation, le travail se voit amélioré dans un délai adéquat n'excédant toutefois pas 14 jours calendaires, et sous réserve que des divergences avec le concept ou le story-board initialement convenus aient été constatées. Si le client n'est toujours pas satisfait de la prestation améliorée, celle-ci est retravaillée et ce, jusqu'à ce que le client obtienne satisfaction, sous réserve que des divergences avec le concept ou le story-board initialement convenus aient été constatées. Le client ne jouit d'aucun droit de résiliation ou de remboursement.

Les défauts et les dysfonctionnements dont Ringier Advertising n'est pas responsable (usure naturelle, force majeure, usage inapproprié, interventions du client ou d'un tiers, utilisation excessive, inadéquation

des moyens d'exploitations ou influences environnementales) sont exclus de la garantie.

5. Prestations de tiers

Ringier Advertising exécute seule les prestations nécessaires à la réalisation du projet ou fait appel à des tiers (également possible sans que le client soit consulté, les coûts occasionnés sont alors pris en charge par Ringier Advertising). Ringier Advertising peut s'appuyer sur les prestations de partenaires de longue date jugés fiables. Ringier Advertising choisit rigoureusement les tiers. Ringier Advertising est autorisée à commander, pour le compte du client et moyennant son accord, des prestations pertinentes pour le projet auprès de tiers. Ringier Advertising ne saurait être tenue pour responsable d'éventuels retards dans la livraison de biens et/ou de services par des tiers. Ringier Advertising s'engage à défendre les intérêts du client auprès des tiers. Les conditions générales et contractuelles des tiers auxquels il est fait appel s'appliquent aux projets respectifs, en plus des présentes CGV, sous réserve que le client en ait été informé.

Ringier Advertising décline toute responsabilité en cas de dommages, sauf si ceux-ci ont été causés intentionnellement ou par négligence grave. De même, toute responsabilité pour des dommages indirects ou consécutifs à un défaut, tels qu'une perte de données, une défaillance, un manque à gagner, etc., est exclue. Ringier Advertising n'assume aucune responsabilité pour les prestations de tiers. Toute responsabilité pour des personnes auxiliaires est exclue.

6. Protection des données

6.1. Généralités

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 traitement des données personnelles est soumis aux dispositions relatives à la protection des données de Ringier Advertising.

6.2. Traitement des données personnelles dans le cadre du traitement des commandes

Le partenaire contractuel 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 pour exécuter la commande qu'il a passée.

Ringier Advertising s'engage à utiliser les données du partenaire contractuel, sauf autre consentement donné par ailleurs, uniquement dans le but d'exécuter la commande convenue et pour la gestion de la relation contractuelle. En outre, Ringier Advertising est en droit de traiter les données personnelles du partenaire contractuel à des fins de marketing, en particulier pour l'envoi d'offres sur mesure. Le partenaire contractuel peut faire limiter ou interdire par écrit l'utilisation de ses données à des fins de marketing.

6.3. Analyse des données d'accès

Si l'annonceur ou l'agence devait, par le biais de jeux-concours dans le cadre d'un contrat publicitaire ou par l'utilisation de techniques spéciales, comme par exemple l'utilisation de cookies ou de pixels de comptage, obtenir des données (personnelles) de Ringier Advertising ou collecter celles-ci d'une autre manière à partir de la diffusion de publicité en ligne, le partenaire contractuel ou l'agence, garantit que, lors de la collecte, du traitement et de l'utilisation de données personnelles, il ou elle respectera les dispositions du règlement européen sur la protection des données (RGPD) ou de la loi suisse sur la protection des données (LPD) ainsi que – si applicable – de la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD).

7. Responsabilité

Il incombe au client de s'assurer de la légalité des prestations (notamment de leur conformité avec le droit de la publicité, droit de la concurrence, le droit des marques, le droit d'auteur et le droit administratif, etc.). Ringier Advertising n'est pas responsable si le matériel utilisé, comme des images, des textes ou autres, viole les droits de tiers. Ringier Advertising n'est pas responsable des contenus et du matériel mis à disposition, imposés ou autorisés par le client. Le client dédommage intégralement Ringier Advertising dans les cas précités.

8. Propriété intellectuelle

Les droits sur toutes les œuvres créées par Ringier Advertising (articles, magazines, vidéos, etc.) appartiennent entièrement et sans restriction à Ringier SA. Ringier Advertising peut disposer de ces droits sans restriction. Sur la base de ce principe, il s'ensuit, entre autres, que le client n'est pas autorisé à apporter des modifications aux travaux susmentionnés, et en particulier aux éléments de conception, sans l'accord écrit de Ringier Advertising. Ringier Advertising est autorisée à indiquer sa qualité d'auteur sur les œuvres qu'elle a créées de la façon qui lui siéra. Le client dispose d'un droit d'utilisation sur les prestations/œuvres fournies par Ringier Advertising. Son étendue est définie par le contrat séparé conclu entre les deux parties, ou par le devis. Les droits d'utilisation conclus ne sont transférés au client qu'une fois les honoraires y afférents intégralement réglés. Tout particulièrement, les œuvres ou documents de commande, dans leur intégralité ou en partie, créés par Ringier Advertising et remis au client, ne peuvent être utilisés que dans le cadre du contrat convenu. Sauf conclusion d'un accord contraire, ce droit d'utilisation est illimité dans le temps, et exclut toute utilisation en dehors de l'objet du contrat et la publication des données brutes.

Le client est en droit d'utiliser les textes et les articles créés par Ringier Advertising dans le cadre du contrat pour ses publications en ligne (site web, réseaux sociaux, newsletters internes). L'utilisation secondaire doit être signalée au moyen d'un «canonical tag» (URL canonique) qui renvoie à la publication d'origine de Ringier Advertising. Les parties peuvent néanmoins convenir par écrit d'utilisations en dehors de l'objet du contrat, ainsi que de la publication des données brutes. Le client informe Ringier Advertising de toute utilisation autre ou en dehors de l'objet du contrat, et le dédommage en conséquence.

Il est à noter que seuls les droits d'utilisation détenus par Ringier Advertising peuvent être transmis.

Autrement dit, d'autres dispositions s'appliquent aux images, vidéos, textes et autres matériels appartenant à des tiers. Ringier Advertising acquiert une licence pour les images d'agence ou sous licence en vue de leur utilisation effective. Les utilisations dépassant ce cadre sont à négocier entre l'agence concernée et le client. Sur demande, Ringier Advertising transmet volontiers les coordonnées. En cas d'intervention de photographes externes, seul le droit d'utilisation pour l'application concernée est normalement inclus. Les full buy-outs peuvent être achetés en plus auprès de Ringier Advertising. Le programmeur conserve les droits d'auteur sur les logiciels Open Source (p. ex. WordPress) qui ont servi à la création de sites web ou d'interfaces graphiques. Si Ringier Advertising programme ses propres solutions logicielles, elle conserve les droits sur le code. Les délais nécessaires aux travaux d'entretien et de support sont convenus avec le client.

9. Références et autopromotion

Ringier Advertising est autorisée à mentionner le nom du client comme référence. Ringier Advertising se réserve le droit de publier son travail de façon adéquate à des fins d'autopromotion, notamment sur ses propres sites, dans des présentations aux clients ou encore sur les réseaux sociaux.

10. Conservation des documents

Ringier Advertising conserve les documents du contrat, maquettes, données, etc., pour une durée de trois ans à compter de leur finalisation ou de leur livraison au siège social. En conséquence, Ringier Advertising n'est pas tenue de conserver les documents précités plus longtemps, sauf instruction contraire du client formulée par écrit, ou disposition impérative.

11. Confidentialité

Les parties s'échangent les informations afférentes à leur collaboration présente ou à venir. A cette occasion, des secrets commerciaux et d'autres informations confidentielles peuvent être divulgués oralement ou via des documents rédigés. Les parties s'engagent mutuellement à respecter le secret professionnel.

12. Exclusivité

Sauf accord écrit explicite, Ringier Advertising est autorisée à travailler pour plusieurs clients du même secteur.

13. Force majeure

Si, en raison de force majeure (p. ex. maladie, épidémie ou pandémie, conditions météorologiques, panne d'électricité et manque d'énergie, événements de guerre, émeutes, grèves, refus d'octroyer et/ou retrait de l'autorisation d'entrée sur le territoire etc.), une prestation ne peut pas être fournie dans les temps, la partie concernée n'est plus tenue de remplir ses obligations contractuelles ni de s'acquitter d'une indemnisation à partir du moment où l'évènement l'empêche de fournir sa prestation. En cas de force majeure, les parties s'engagent à réduire les dommages au minimum et communiquent sans délai aux co-contractants les raisons de la force majeure.

14. Clause de sauvegarde et clause linguistique

Si l'une ou plusieurs des dispositions des présentes CGV devaient s'avérer ou devenir invalides, ceci n'affecterait pas la validité des autres dispositions ou autres accords. La disposition invalide sera remplacée par une disposition qui, d'un point de vue juridique, correspond le plus au sens et à l'objectif économique de la disposition invalide. Il en va de même si des lacunes se présentent et doivent être comblées. La version allemande de ces CGV prévaut sur les autres versions (anglaise, française).

15. Droit applicable et juridiction

Les présentes CGV sont régies 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).