

Conditions générales

Display Advertising

1 Champ d'application

Les présentes conditions générales (CG) règlent les relations d'affaires entre la cliente et le client (ci-après aussi «la clientèle») et Poste CH SA (Wankdorfallee 4, 3030 Berne, Suisse; ci-après «la Poste») en rapport avec l'utilisation de la prestation «Publicité numérique». Les désignations de personnes se rapportent à tous les genres ou à des groupes de personnes.

2 Description de la prestation

«Display Advertising» à la Poste inclut les produits suivants:

- Display Advertising dans tous les canaux postaux;
- Display Advertising en dehors des canaux postaux

Les détails peuvent être consultés à l'adresse <https://advertising.post.ch/fr/publicite-programmatique/>.

3 Prestations de la clientèle

3.1 Paiement

La clientèle est tenue de payer dans les délais les prestations utilisées.

3.2 Conditions de paiement

Les modifications de prix demeurent réservées. Tous les prix indiqués s'entendent hors TVA. Sauf accord con-traire, les factures sont payables à 30 jours nets. La Poste se réserve le droit d'exiger le paiement dès l'attribution de l'ordre.

Tout rappel pour non-paiement est facturé à la clientèle CHF 20.– en plus des autres frais de recouvrement. En cas de retard de paiement de la cliente ou du client, un intérêt moratoire lui est facturé à hauteur de 5% du montant dû par an. La Poste se réserve le droit de céder à une entreprise chargée du recouvrement les montants non payés des factures pour lesquels le rappel est resté infructueux.

3.3 Livraison des moyens publicitaires

Les moyens publicitaires doivent être livrés jusqu'à la date fixée dans le tarif (au plus tard 5 jours ouvrables avant le Go-Live prévu), faute de quoi la publication ne pourra pas être effectuée dans les temps. La responsabilité de la Poste n'est pas engagée pour les erreurs lors de la transmission des formats publicitaires.

3.4 Contenu et conception du moyen publicitaire et indemnisation

La clientèle est seule responsable du contenu et de la conception des moyens publicitaires. Elle déclare respecter les dispositions légales et les règles de la branche pertinentes et répond à cet égard envers la Poste.

La clientèle s'engage à dédommager intégralement la Poste et un organe ou un membre du personnel de la Poste pour toutes les demandes d'indemnisation, prétentions de tiers, éventuels amendes et frais de procédure en lien avec une campagne publicitaire commandée par celle-ci.

Il en va de même pour les frais, sanctions et dépenses, notamment les frais de défense contre des prétentions et les autres frais de représentation juridique, d'expertise et de justice, y compris la défense des droits dans les procédures pénales, qui sont encourus du fait ou en conséquence de telles prétentions de tiers ou de procédures des autorités.

4 Exclusion de publicités

Le donneur d'ordre accorde à la Poste le droit illimité de placer les moyens publicitaires mis à disposition sur ses propres plateformes en ligne ou sur celles de tiers ou de les publier de toute autre manière, en tenant compte de la possibilité de les modifier. La Poste se réserve en tout temps le droit d'exiger des adaptations des moyens publicitaires ou de refuser ou d'interrompre provisoirement du matériel publicitaire ou des mandats publicitaires sans indication préalable du motif.

Les raisons peuvent notamment concerner le contenu, la provenance ou la forme technique des moyens publicitaires, ainsi que des infractions aux lois ou dispositions administratives en vigueur ou résulter d'une publication inacceptable pour la Poste. Il est interdit de publier une publicité aux contenus suivants

- publicité dont le contenu porte atteinte à la personnalité, est contraire aux bonnes mœurs, fait l'apologie de la violence ou présente un caractère pornographique;
- publicité mensongère, trompeuse ou illicite;
- publicité qui contrevient de toute autre façon aux prescriptions légales; publicité pour les armes;
- publicité contraire aux intérêts de la Poste (celle-ci décide librement de l'admission ou de la non-admission de la publicité correspondante, en tenant compte du principe de l'égalité de traitement);
- formes publicitaires qui retiennent trop l'attention.

La publicité pour les crypto-actifs, les platesformes de rencontre en ligne et la publicité pour les médicaments des catégories C à E n'est possible qu'après concertation avec la Poste.

5 Confidentialité

Les parties traitent de manière confidentielle toutes les informations dont elles ont eu connaissance dans ou en lien avec le présent contrat et qui ne sont pas connues de tous ni accessibles à tous. Cette obligation de confidentialité couvre aussi les échanges d'informations pré-contractuels et subsiste au-delà de la résiliation du contrat.

Les parties s'engagent à prendre toutes les dispositions préventives économiquement acceptables et réalisables d'un point de vue technique et organisationnel pour empêcher efficacement que des tiers non autorisés aient accès à des faits et informations à caractère confidentiel ou en aient connaissance.

La communication par la Poste d'informations confidentielles au sein du groupe Poste ou à des tiers mandatés ne constitue pas une violation de l'obligation de confidentialité. L'obligation de confidentialité est levée en cas d'obligation de divulguer des informations confidentielles suite à un prononcé administratif ou judiciaire, ou sur la base d'une loi d'application impérative.

L'autre partie doit être informée au préalable, dans la mesure où la loi le permet. La Poste est autorisée à transmettre aux institutions compétentes les informations requises par les statistiques publicitaires usuelles dans la branche concernant la publicité numérique (p. ex. format pu-blicitaire, durée, langue, tarif).

6 Responsabilité

Toute responsabilité de la Poste pour des dommages résultant d'une négligence légère ou moyenne est exclue dans les limites admises par la loi. La Poste décline toute responsabilité, dans les limites de la loi, en particulier pour des dommages directs, indirects ou consécutifs, tels que les pertes de gain, les pertes de données ou les dommages faisant suite à des téléchargements.

La Poste ne saurait être tenue responsable des dommages causés par des auxiliaires ou des tiers mandatés par elle (p. ex. sous-traitants, fournisseurs, etc.) à la suite d'une négligence légère ou moyenne. La Poste décline également toute responsabilité, dans les limites admises par la loi, pour les dommages résultant d'une utilisation de ses prestations contraire à la législation ou aux conditions contractuelles.

Les prétentions relevant de la responsabilité du fait des produits ainsi que pour les dommages corporels demeurent réservées. La responsabilité de la Poste est exclue, dans les limites admises par la loi, en cas de dommages dus à des cas de force majeure ou à des perturbations qui surviennent notamment en raison d'une absence de connexion à Internet, d'interventions illicites au niveau des installations et réseaux de télécommunication, d'une surcharge du réseau, de l'encombrement volontaire des accès électroniques provoqué par des tiers, ou d'interruptions.



- 7 Protection des données**
Lors de la saisie et du traitement des données personnelles, la Poste veille au respect des dispositions de la législation suisse en matière de protection des données et de la loi sur la poste. Elle protège les données de ses clients par des mesures appropriées et les traite de manière confidentielle.

Elle collecte, traite et enregistre des données personnelles uniquement dans la mesure où celles-ci sont nécessaires à la fourniture des prestations, à la sécurité de l'exploitation et de l'infrastructure, à l'établissement des factures et au suivi de la clientèle, notamment à la garantie d'une prestation de grande qualité.

Afin de proposer au client la meilleure prestation possible, des techniques d'analyse sont utilisées. La Poste peut comparer de telles données rendues anonymes avec des informations sur les utilisateurs provenant de tiers ou établir des statistiques et les communiquer à des tiers.

Pour permettre à la Poste d'élaborer une offre adaptée au marché, le client accepte que celle-ci enregistre et utilise les éléments de son login et ses données d'utilisateur à des fins d'étude de marché, de conseil et de publicité.

Si la Poste a recours à des tiers pour fournir des prestations, elle est en droit de leur permettre d'accéder aux données requises à cet effet, étant entendu que ceux-ci sont soumis aux mêmes obligations que la Poste elle-même en matière de protection des données.

Si le client traite des données de tiers, il endosse seul la responsabilité vis-à-vis de la personne concernée. La déclaration de confidentialité disponible sur le site Internet www.post.ch/declaration-protection-des-donnees complète l'information relative au traitement des données.

- 8 Livraison des moyens publicitaires et rapports**
Les impressions sont considérées comme des estimations et s'entendent sans garantie. Les estimations sont établies sur la base d'analyses de marché et de données historiques et peuvent être soumises à des fluctuations du marché.
- Le décompte s'effectue sur la base des impressions effectivement obtenues. À l'issue de la campagne, la Poste fournit un rapport sur les performances de la campagne, y compris le taux de clics (CTR), les impressions et les clics, ventilées par langue et par sujet.
- 9 Modification des CG**
La Poste peut modifier les CG et l'offre de prestations à tout moment après la cessation du contrat ou interrompre la prestation.
- 10 Clause salvatrice**
Si l'une des dispositions des présentes conditions d'utilisation devait s'avérer nulle, incomplète, illicite ou inexécutable, la validité des autres dispositions n'en serait pas affectée. Les parties s'engagent dans ce cas à remplacer immédiatement la disposition concernée par une disposition valable et licite dont le con-

tenu se rapproche le plus possible de l'intention initiale, sous réserve qu'elle soit conforme aux dispositions en matière de protection du consommateur.

- 11 Cession des droits**
La cession du contrat, de droits ou d'obligations découlant du présent contrat nécessite l'accord écrit des deux parties. La Poste est en droit de céder à une société tierce le présent contrat ou des droits et obligations en découlant sans le consentement de la cliente ou du client, dans la mesure où la Poste contrôle cette société directement ou indirectement. La Poste est en outre habilitée à transmettre ou à céder à des tiers, sans l'accord de la cliente ou du client, des contrats ou des créances en résultant, à des fins de recouvrement.
- 12 Recours à des tiers**
Pour fournir des prestations, la Poste est autorisée à faire appel à des tiers. Elle demeure responsable de la fourniture conforme au contrat des prestations par les tiers.
- 13. Droit applicable et for**
Le contrat est régi par le droit suisse. Le for judiciaire est Berne. Des fors (partiellement) impératifs demeurent réservés.
- 14. Forme de publication juridiquement valable**
Les CG juridiquement valables et faisant partie intégrante du contrat sont publiées sous forme électronique et peuvent être consultées sur le site www.poste.ch/cg. Sur demande de la cliente ou du client, la Poste peut fournir une version papier des CG.
- Les clientes et clients prennent acte du fait que seules les CG publiées par voie électronique font foi. La version papier des CG n'en constitue qu'une reproduction et n'est juridiquement valable que dans la mesure où elle correspond en tous points à la version électronique en vigueur.

Poste CH SA, Mai 2024