

CG relatives à la publicité numérique.

1. Champ d'application et parties contractantes

Les CG relatives à la publicité numérique régissent les relations contractuelles entre l'annonceur et CFF SA, Voyageurs, Digital Business, Digital Advertising (ci-après «Digital Advertising CFF») dans le cadre des mandats publicitaires sur les plates-formes numériques de CFF SA et sur les plates-formes numériques de CFF SA représentées par Digital Advertising CFF. Est notamment considéré comme mandat publicitaire le mandat de l'annonceur portant sur la diffusion d'un ou de plusieurs moyens publicitaires. Sont réputées éléments constitutifs du contrat relatif à ces mandats publicitaires les règles qui s'appliquent aux mandats concernant les différents formats publicitaires disponibles telles que le tarif, les durées ou les spécifications (incluant notamment d'éventuelles directives concernant le graphisme) du moyen publicitaire commandé. En l'absence d'accord contraire écrit, les présentes CG s'appliquent.

2. Définitions

Sont considérées comme *annonceurs* les personnes ou entreprises qui font de la publicité pour elles-mêmes, leurs produits et/ou services ou bien les produits et/ou services dont elles assurent la distribution.

Un *mandat publicitaire* correspond à un contrat conclu entre Digital Advertising CFF et le partenaire contractuel qui porte sur une intégration de toute forme de communication commerciale («moyen publicitaire») de l'annonceur dans un support publicitaire des médias numériques de CFF SA. Un partenaire contractuel est défini comme l'annonceur lui-même (avec ou sans suppléance par une agence médias ou publicitaire) ou comme une agence médias ou publicitaire («agence») tant que celle-ci agit en son nom propre et pour son compte.

On entend par *support publicitaire* tous les médias numériques significatifs en matière de publicité qui sont exploités ou commercialisés par Digital Advertising CFF.

Un *moyen publicitaire* peut se composer d'un ou de plusieurs des éléments suivants:

- une image animée ou fixe et/ou un texte;
- une surface sensible qui établit, à la faveur d'un clic, la connexion avec d'autres données se trouvant dans le domaine de l'annonceur ou d'un tiers par le biais d'une adresse en ligne indiquée par le partenaire contractuel.

Entrent généralement en ligne de compte comme moyens publicitaires les formats qui sont mentionnés dans la liste de prix en vigueur, consultable à l'adresse www.cff.ch/publicitenumérique. Toutefois, des formats et formes de publicité particuliers sont possibles après concertation avec Digital Advertising CFF et au terme d'un contrôle final.

3. Agence

Les mandats publicitaires des agences au nom et pour le compte de l'annonceur («client de l'agence») ainsi qu'au nom et pour le compte de l'agence ne sont acceptés par Digital Advertising CFF que pour les clients nommément désignés avec précision. Digital Advertising CFF est en droit d'exiger des agences qu'elles fournissent la preuve du mandat. Un client représenté par une agence ne peut se libérer valablement de son obligation de paiement envers Digital Advertising CFF qu'en adressant son paiement à cette dernière.

Il incombe à l'agence d'informer son client sur ses droits et obligations résultants de tous les documents contractuels.

Si des agences de publicité attribuent des mandats publicitaires, le contrat prend naissance avec l'agence de publicité elle-même en cas de manque de clarté.

À l'égard de ses clients, l'agence s'engage à respecter les obligations de présenter un décompte conformément aux articles 400 et 401 du code des obligations.

4. Passation de commande, modification et suspension de mandats publicitaires

Toute passation de commande, modification ou suspension de mandats publicitaires requiert la forme écrite, un e-mail à Digital Advertising CFF – avec confirmation de la contrepartie – suffisant toutefois à satisfaire l'exigence de la forme écrite dans le cadre des présentes CG. Sous réserve de conventions individuelles contraires, le contrat est conclu avec l'offre écrite de Digital Advertising CFF et la déclaration de consentement écrite correspondante de l'annonceur. Si le contenu et la forme des moyens publicitaires peuvent en principe encore être modifiés pendant le traitement du mandat, Digital Advertising CFF est en droit de facturer les coûts qui en découlent, en sus de la rémunération prévue pour le mandat initial.

Seuls les présentes CG ainsi que les documents énumérés ci-après qui constituent une partie intégrante et essentielle du contrat s'appliquent au mandat publicitaire:

- Confirmation de commande
- Conventions clients existantes éventuellement
- Conventions d'agence existantes éventuellement
- Spécifications des moyens publicitaires (consultables à l'adresse www.cff.ch/publicitenumérique)

L'annonceur peut suspendre, reporter ou annuler un mandat publicitaire sans conséquences en matière de coûts jusqu'à 3 semaines avant le début de la diffusion de la publicité. En revanche, s'il communique son souhait de modification après ce délai, la rémunération liée au mandat initial est due à 100%. Des reports sont possibles sous réserve des capacités disponibles. La nouvelle diffusion est soumise aux conditions et prix actuels de Digital Advertising CFF. Digital Advertising CFF décline toute responsabilité en cas d'erreurs de transmission des moyens publicitaires, de modifications et de suspensions.

5. Desiderata d'emplacement

Les desiderata d'emplacement sont pris en compte sans engagement. Digital Advertising CFF se réserve le droit de déplacer des moyens publicitaires sans consulter l'annonceur.

- 4.1. Un supplément est facturé pour les consignes d'emplacement non prévues dans le tarif. Lesdites consignes n'engagent Digital Advertising CFF qu'après accord dûment confirmé.
- 4.2. Si, pour des raisons techniques, un emplacement confirmé ne peut être assuré, l'annonceur est, dans la mesure du possible, informé à l'avance.
- 4.3. La non-parution d'un moyen publicitaire, sa parution à un autre emplacement ou à une autre date, ou encore une livraison tardive imputable à des problèmes techniques ne confère aucun droit à des dommages-intérêts.
- 4.4. L'exclusivité n'est pas accordée.

6. Publication de moyens publicitaires

Jusqu'à révocation, l'annonceur autorise Digital Advertising CFF à intégrer les moyens publicitaires à des services en ligne propres ou externes ou à les publier de quelque manière que ce soit et à les traiter à cet effet. Digital Advertising CFF se réserve à tout moment le droit d'exiger la modification des moyens publicitaires et de refuser ou de suspendre des moyens ou mandats publicitaires sans indiquer de motif (notamment pour des raisons de contenu, d'origine ou de forme technique, en cas d'infractions à des lois ou à des dispositions administratives ou si la publication n'est pas admissible du point de vue de Digital Advertising CFF).

N'est pas autorisée la publicité avec les contenus suivants:

- Sexe et érotique
- Jeux et paris
- Publicité concurrençant directement les activités de CFF SA, sachant qu'il est laissé à l'appréciation de Digital Advertising CFF de décider s'il y a concurrence.

Les parties traitent de manière confidentielle l'ensemble des informations et des données échangées dans le cadre du contrat, qui ne sont ni publiques ni généralement accessibles, même si elles ne sont pas désignées en tant que telles. En cas de doute, toutes les informations et données doivent être tenues pour confidentielles. Demeurent réservées les obligations légales d'information. La confidentialité doit être garantie avant la conclusion du contrat et perdue après la fin de la relation contractuelle. Digital Advertising CFF est autorisée à transmettre à un ou plusieurs instituts spécialisés les

données nécessaires à l'établissement de statistiques publicitaires conformes aux usages de la branche en matière de publicité numérique (format, durée, langue, tarif, etc.).

7. Publicité politique

La publicité politique destinée à influencer l'opinion en vue d'élections ou de votations doit paraître le plus tôt possible avant le scrutin de manière à permettre à l'opposition de placer des moyens publicitaires avant la date d'élection ou de votation. Pour le surplus, les directives de Digital Advertising CFF s'appliquent. En cas d'incertitude, un projet doit être transmis lors de la conception à Digital Advertising CFF à des fins d'éclaircissement.

8. Contenus rédactionnels

La publication de contenus rédactionnels ne saurait constituer une condition lors de la commande de moyens publicitaires.

9. Responsabilité des moyens publicitaires

L'annonceur répond de toute utilisation de la prestation de service, le cas échéant par un tiers, via son compte. Il est responsable du contenu des moyens publicitaires et s'engage à respecter les dispositions législatives applicables, les directives et les règles des associations de sa branche et à ne léser aucun droit de tiers. Si la publication d'un sujet publicitaire est interdite intégralement ou partiellement par une décision administrative, ou si la publication ne peut être effectuée en raison d'une notification administrative concernant les intérêts du moyen publicitaire, Digital Advertising CFF est en droit de refuser ou de suspendre l'exécution du contrat.

Dans les limites de la loi, l'annonceur libère Digital Advertising CFF et ses auxiliaires de toute prétention de tiers. Si Digital Advertising CFF fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur est tenu, après dénonciation du litige, de prendre part au procès. L'annonceur supporte en tout état de cause l'ensemble des frais judiciaires et extrajudiciaires découlant de prétentions de tiers ou de procédures engagées par les autorités.

10. Droit de réponse

Dans la mesure du possible, Digital Advertising CFF traite les requêtes en exécution du droit de réponse liées à des moyens publicitaires en accord avec l'annonceur. Si Digital Advertising CFF fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur est tenu, après dénonciation du litige, de prendre part au procès. L'annonceur supporte en tout état de cause l'ensemble des frais judiciaires et extrajudiciaires découlant d'un droit de réponse.

11. Consignes graphiques

Les consignes graphiques sont prises en compte dans la mesure des possibilités techniques. Les moyens publicitaires doivent être clairement identifiables en tant que tels par le lecteur et se distinguer du contenu rédactionnel en matière de graphisme et de typographie. Digital Advertising CFF se réserve le droit d'ajouter la mention «annonce», «réclame», «publicité», «publireportage», «promotion», «offre», «advertisement», «advertical», «sponsored content», etc. L'utilisation dans les moyens publicitaires du logo ou du nom de Digital Advertising CFF ainsi que de CFF SA et des produits et sites Internet de CFF SA requiert l'accord écrit de Digital Advertising CFF.

12. Livraison

Les moyens publicitaires doivent être livrés au plus tard à la date indiquée dans le tarif, faute de quoi la diffusion ne peut avoir lieu dans les délais convenus. Digital Advertising CFF décline toute responsabilité en cas d'erreur de transmission des formats publicitaires.

13. Dysfonctionnements, erreurs, défauts/garantie/responsabilité

Digital Advertising CFF vise le meilleur rendu possible des moyens publicitaires au regard des standards techniques usuels et s'efforce de corriger le plus rapidement possible les dysfonctionnements, erreurs et défauts. L'annonceur reconnaît que l'état actuel de la technique ne permet pas de garantir à tout moment la disponibilité des systèmes et un rendu exempt d'erreur. Digital Advertising CFF n'offre aucune garantie de disponibilité et d'absence d'erreurs, de défauts ou de dysfonctionnements. Si l'exécution d'un mandat s'avère impossible pour des raisons dont Digital Advertising CFF n'est pas responsable, le mandant n'a droit à aucun dédommagement. Sauf en cas de négligence grave ou de dommage intentionnel, toute responsabilité de Digital Advertising CFF est exclue. La responsabilité est en outre limitée aux cas de dommage direct

et, en matière d'indemnisation, au remboursement de la somme versée par l'annonceur pour le mandat publicitaire concerné ou à l'octroi d'un avoir correspondant pour la diffusion de moyens publicitaires.

La responsabilité de Digital Advertising CFF n'est notamment pas engagée dans le cas des défauts suivants: défauts mineurs qui p. ex. n'altèrent pas fondamentalement le sens ou l'impact publicitaire du moyen publicitaire; défauts résultant de perturbations des réseaux de communication (p. ex. en cas de coupure de ligne ou de courant); défauts causés par l'utilisation d'un logiciel/matériel du lecteur inadapté (p. ex. le navigateur); défauts découlant d'une panne matérielle ou logicielle de tiers ou de Digital Advertising CFF suite à une défaillance du système ou à une coupure de ligne. En cas de défaillance causée par le serveur publicitaire d'une durée significative (plus de 10% de la durée réservée) d'une commande ferme définie dans le temps, Digital Advertising CFF tâche de livrer ultérieurement la prestation média défaillante ou de prolonger la durée d'insertion si ces mesures servent les intérêts de l'annonceur. Si la défaillance du serveur publicitaire n'influe pas sur les impressions publicitaires, autrement dit si celles-ci sont consultées, aucune livraison ultérieure ou prolongation n'est effectuée. En cas d'échec de livraison ultérieure dans la période d'insertion initialement réservée ou prolongée, l'annonceur est libéré de son obligation de payer relative aux prestations médias non réalisées durant cette période ou en moyenne. En pareil cas, toute prétention supplémentaire de l'annonceur est exclue.

La responsabilité de Digital Advertising CFF ne saurait être engagée notamment en cas de parution défectueuse de moyens publicitaires due à des modèles de publications incomplets ou inadéquats (trame ou lignes trop fines, caractères trop petits, etc.) et en cas de divergence liée aux conditions techniques du procédé de publication (p. ex. divergences de rendu des couleurs). Cela vaut également pour les moyens publicitaires dont la qualité a été remise en cause par Digital Advertising CFF et qui n'ont pas été remplacés par des matériaux irréprochables.

Les nouvelles règles d'orthographe allemande sont appliquées. Sauf volonté expresse contraire du mandant, les reportages traités par Digital Advertising CFF (p. ex. newsletter) sont publiés conformément aux nouvelles directives. Digital Advertising CFF décline toute responsabilité liée aux erreurs de traduction des modèles en langues étrangères.

Les contrats entre le mandant et Digital Advertising CFF dépendent des réglementations de concession applicables à Digital Advertising CFF. Si une commande ne peut donc pas être exécutée, ou ne peut l'être que partiellement, Digital Advertising CFF ne facturera que la partie exécutée de la commande; Digital Advertising CFF n'est cependant pas tenue de verser de quelconques indemnités ou frais. Si Digital Advertising CFF est dans l'impossibilité totale d'utiliser un moyen publicitaire, tout contrat correspondant est considéré comme annulé sans versements d'indemnités.

14. Protection des données

Lors du traitement des données personnelles des clients finaux, Digital Advertising CFF et le partenaire contractuel observent la loi fédérale sur la protection des données et – dans la mesure où elle est applicable – la loi fédérale sur les télécommunications.

Le partenaire contractuel prend les mesures appropriées pour sauvegarder techniquement les données des clients finaux.

Le partenaire contractuel est informé du fait que les données personnelles indiquées dans le cadre de l'utilisation des prestations de Digital Advertising CFF, notamment celles du traitement et de l'attribution de mandat, sont sauvegardées sous format électronique, traitées et utilisées exclusivement dans le but pour lequel elles ont été communiquées à Digital Advertising CFF si aucune autorisation n'a été accordée pour un autre type d'utilisation, ainsi qu'à des fins de décompte et de rémunération.

Digital Advertising CFF est autorisée à collecter, traiter, sauvegarder et utiliser les données personnelles du partenaire contractuel si cela est nécessaire pour permettre à ce dernier la mise en ligne de la publicité et l'utilisation des prestations de Digital Advertising CFF d'une part, et d'autre part pour lui permettre de réaliser un décompte. De plus, Digital Advertising CFF est en droit d'accéder à ces données afin de maintenir son fonctionnement. Cependant, elle garantit un traitement confidentiel de ces données.

Conformément aux dispositions générales relatives à la protection des données, Digital Advertising CFF s'engage à n'utiliser les données du partenaire contractuel dont elle a pris connaissance grâce à l'accord d'utilisation que pour remplir les

objectifs des présentes CG sous réserve d'une autorisation pour un autre usage, à conserver le secret des données et à obliger en conséquence ses collaborateurs à faire de même si cela s'avère nécessaire au vu de la loi.

En vue de constater dans quelle mesure l'offre est intéressante pour le partenaire contractuel et peut être améliorée, des données générales, non personnelles, notamment statistiques sur l'utilisation des prestations en ligne de Digital Advertising CFF sont retenues.

15. Avis des défauts

L'annonceur doit contrôler le moyen publicitaire diffusé dès sa première diffusion et signaler d'éventuels défauts. Le délai d'avis des défauts apparents court dès la diffusion du moyen publicitaire, qui doit être aussitôt dénoncé. Faute d'avis immédiat des défauts, l'exécution du mandat est réputée acceptée. Les réclamations relatives à la facturation sont prises en considération dans un délai de 10 jours à compter de la facturation.

16. Facturation

La facturation des moyens publicitaires est effectuée conformément au tarif. En cas de mesure des impressions publicitaires, les mesures et relevés de compteur de Digital Advertising CFF sont déterminants.

17. Prix, rabais et conditions de paiement

Digital Advertising CFF se réserve le droit de modifier les prix. Tous les prix indiqués s'entendent hors taxe sur la valeur ajoutée. Sauf convention contraire, les factures sont dues dans un délai de 30 jours, sans escompte. Les escomptes infondés seront réclamés. Digital Advertising CFF se réserve le droit d'exiger le paiement dès la passation de commande.

- Les rabais sont accordés conformément au tarif.
- En cas de non-exécution ou de retard d'exécution d'obligations contractuelles par le mandant, Digital Advertising CFF est en droit, après un avertissement infructueux, de dissoudre le contrat et d'exiger, outre le montant de la facture, la réparation de dommages supplémentaires.
- En cas de retard de paiement, des frais de sommation de CHF 50.– et des intérêts moratoires de 5% sont facturés. En cas de poursuite, de sursis concordataire ou de faillite, les rabais et commissions d'intermédiaire sont supprimés. Les commissions d'intermédiaire déjà versées doivent être restituées.
- Digital Advertising CFF se réserve à tout moment le droit de vérifier la solvabilité des annonceurs.

18. Modifications des CG et du tarif

Digital Advertising CFF est en droit de modifier à tout moment les conditions d'insertion, le tarif ainsi que d'éventuelles autres règles. Les conditions d'insertion, règles et tarifs modifiés entrent en vigueur simultanément pour tous les annonceurs et s'appliquent aux mandats publicitaires convenus, mais n'ayant pas encore été exécutés. L'annonceur peut toutefois se départir du contrat dans un délai de 2 semaines à compter de la notification des nouveaux prix. En pareil cas, il a droit uniquement au remboursement des prestations médias encore non perçues et au rabais correspondant aux prestations médias effectivement perçues selon le barème ad hoc. Digital Advertising CFF reste libre de modifier à tout moment les espaces publicitaires proposés ou de les retirer partiellement ou intégralement de son offre. Si des espaces publicitaires réservés sont significativement modifiés ou supprimés pendant la période d'insertion prévue, l'annonceur reçoit, en contrepartie des prestations médias non perçues à l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, un avoir immédiatement utilisable lui permettant de commander les espaces publicitaires modifiés ou d'autres espaces publicitaires des mêmes sites Internet.

19. CG de l'annonceur

Les éventuelles CG de l'annonceur sont exclues, même si ce dernier se réfère à ses CG et si Digital Advertising CFF omet de former expressément opposition ou d'exclure (à nouveau) expressément les CG de l'annonceur.

20. Dissolution anticipée du contrat

Si un support publicitaire cesse de paraître pendant la durée du contrat, Digital Advertising CFF est en droit de se départir du contrat sans obligation d'indemnisation. Une dissolution anticipée du contrat ne dispense pas l'annonceur de payer les

moyens publicitaires parus. Aucun rappel de rabais n'est effectué. En revanche, des rabais rétroactifs sont accordés si un seuil de rabais supérieur a été atteint à la date de la dissolution du contrat.

21. Clause de sauvegarde

Si certaines dispositions des présentes conditions générales s'avéraient nulles ou contraires au droit, la validité des conditions générales n'en serait pas affectée. En pareil cas, la disposition concernée devra être remplacée par une clause valable et, dans la mesure du possible, économiquement équivalente.

22. Droit applicable et for

Les relations contractuelles sont exclusivement soumises au droit suisse. Le for juridique est Berne.

État janvier 2016