



Conditions générales d'insertion

imprimées et en ligne

TABLE DES MATIÈRES

1.	CHAMP D'APPLICATION	2
2.	MANDATS PUBLICITAIRES, MODIFICATIONS ET SUSPENSIONS	2
3.	MISE EN PAGE, LIVRAISON ET CONTENU DES SUPPORTS PUBLICITAIRES	3
4.	SUPPORTS PUBLICITAIRES POLITIQUES ET DE TYPE RÉDACTIONNEL	4
5.	SOUHAITS QUANT À LA DATE DE LIVRAISON ET À L'EMPLACEMENT	4
6.	PUBLICATION RESPECTIVEMENT LIVRAISON DES SUPPORTS PUBLICITAIRES	5
7.	GARANTIE, RÉCLAMATIONS ET RESPONSABILITÉ DE L'ÉDITEUR	6
8.	CESSION DE DROITS ET RESPONSABILITÉ DE L'ANNONCEUR QUANT AU CONTENU DES SUPPORTS PUBLICITAIRES	8
9.	REQUÊTE EN PUBLICATION D'UN DROIT DE RÉPONSE	8
10.	ANNONCES SOUS CHIFFRE	9
11.	EXPLOITATION, MODIFICATION ET ÉVOLUTION DES PRODUITS ÉDITORIAUX	9
12.	TARIFS ET CONDITIONS DE PAIEMENT	10
13.	DROITS DE PROPRIÉTÉ	11
14.	PROTECTION DES DONNÉES	11
15.	MODIFICATION DES CONDITIONS D'INSERTION ; MODIFICATION DES TARIFS	12
16.	DROIT APPLICABLE ET FOR	13

1. CHAMP D'APPLICATION

- 1.1 Les présentes conditions d'insertion ainsi que les dispositions concernant les offres et tarifs de Tamedia, Werdstrasse 21, 8004 Zurich (ci-après : «**Tamedia**») et des médias commercialisés par Tamedia en vigueur au moment de la conclusion du contrat (ici vous trouverez la liste actuelle de toutes les sociétés et de tous les médias concernées: <http://tamedia.ch/fr/publicite/champ-dapplication>) (désignés ensemble ci-après «**éditeur**») s'appliquent à tous les mandats publicitaires des annonceurs (ci-après «**mandats publicitaires**») concernant la publication d'annonces et autres supports publicitaires (ci-après «**supports publicitaires**») dans des journaux, magazines et/ou portails d'informations en ligne de l'éditeur (ci-après également «**produits éditoriaux**»).
- 1.2 En l'absence d'accord écrit exprès dérogatoire entre l'annonceur et l'éditeur, les présentes conditions d'insertion s'appliquent de manière exclusive.
- 1.3 Les conditions générales de l'annonceur ne sont pas applicables dans la mesure où elles ne concordent pas avec les présentes conditions d'insertion.

2. MANDATS PUBLICITAIRES, MODIFICATIONS ET SUSPENSIONS

- 2.1 Les mandats publicitaires peuvent être donnés par l'annonceur personnellement, par écrit (également par e-mail ou par fax) ou via Internet. Le mandat publicitaire n'est valablement formé qu'à compter de la confirmation écrite (également par e-mail ou par fax) de l'éditeur ou, si une telle confirmation est inhabituelle (p. ex. attribution du mandat par téléphone) ou n'est pas expressément exigée par l'annonceur, au plus tard lors de la publication, respectivement de la livraison du support publicitaire.
- 2.2 L'annonceur a la possibilité de modifier ou de suspendre par écrit (également par e-mail ou par fax) les mandats publicitaires concernant les produits éditoriaux imprimés jusqu'à la date limite de dépôt des annonces. L'annonceur doit rembourser les éventuels frais de l'éditeur occasionnés par le matériel d'impression déjà traité ou ceux engendrés jusqu'au moment de la modification ou de la suspension. Les reports sont également possibles jusqu'à la date limite de dépôt des annonces sous réserve des capacités disponibles, ainsi que des dispositions concernant les offres et tarifs éventuellement modifiées. L'annonceur a la possibilité de modifier ou de suspendre en tout temps les mandats publicitaires attribués de manière définitive concernant les produits éditoriaux numériques. Dans un tel cas, l'annonceur doit rembourser intégralement les éventuels frais supportés par l'éditeur ainsi que le

manque à gagner subi par ce dernier suite à la suspension du mandat publicitaire attribué de manière définitive.

- 2.3 L'éditeur ne répond pas des erreurs survenant lors de la transmission des mandats publicitaires, de leur modification ou de leur report.

3. MISE EN PAGE, LIVRAISON ET CONTENU DES SUPPORTS PUBLICITAIRES

- 3.1 La production et la livraison en temps utile de supports publicitaires adéquats et exempts de défauts incombent à l'annonceur. L'annonceur doit alors respecter les exigences, normes, spécifications et conditions techniques et de délai contenues dans les dispositions concernant les offres et tarifs en vigueur. L'annonceur supporte les conséquences des supports publicitaires défectueux ou livrés en retard. Concernant les supports publicitaires numériques, il doit en outre veiller à ce que ceux-ci ne contiennent pas de virus, de chevaux de Troie ou similaires ; dans le cas contraire, il engage sa responsabilité pour tous les éventuels dommages.

- 3.2 Dans la mesure où l'éditeur prend en charge la production des supports publicitaires sur ordre de l'annonceur, ce dernier doit supporter les coûts de réalisation et le coût des modifications voulues par lui ou qui lui sont imputables par rapport à ce qui a été convenu initialement, et mettre à disposition, au préalable et en temps utile, les documents et informations nécessaires à cet effet (texte, images, vidéos, etc.). L'éditeur peut accepter des instructions relatives à la mise en page des supports publicitaires dans la limite de ses possibilités techniques.

- 3.3 En cas de documents prêts à imprimer, la livraison du support publicitaire par l'annonceur est considérée comme «bon à tirer». L'éditeur ne livrera des épreuves contre paiement qu'à la demande expresse et écrite de l'annonceur et seulement en l'absence d'original prêt à l'impression. L'annonceur est responsable de l'exactitude des épreuves. Les corrections et modifications sont prises en compte dans la mesure où l'annonceur les communique dans le délai fixé unilatéralement par l'éditeur. À défaut, la publication, respectivement la livraison du support publicitaire est réputée avoir été approuvée.

- 3.4 L'annonceur est seul responsable du contenu, de la modification et le cas échéant de la mise à jour du support publicitaire publié.

- 3.5 En cas de support publicitaire numérique, l'annonceur doit veiller à ce que les sites Internet vers lesquels le support renvoie fonctionnent et soient mis à jour pendant toute la durée de la mise en ligne, respectivement de la livraison.
- 3.6 Le logo et le nom de l'éditeur et de ses produits et supports publicitaires ne peuvent être utilisés qu'avec son consentement écrit préalable (également par e-mail ou par fax).
- 3.7 L'éditeur renvoie les supports publicitaires à l'annonceur seulement si cela est précisé par écrit et de manière expresse lors de la livraison à l'éditeur. L'obligation de l'éditeur de conserver les supports publicitaires et les modèles prend fin dans tous les cas après la publication effective, respectivement la fin de la livraison du support publicitaire.

4. SUPPORTS PUBLICITAIRES POLITIQUES ET DE TYPE RÉDACTIONNEL

- 4.1 Les supports publicitaires manifestement conçus pour former ou influencer l'opinion publique en vue des élections ou votations doivent paraître suffisamment tôt avant le scrutin pour que le camp adverse ait lui-même la possibilité de placer des supports publicitaires avant le jour des élections ou votations, et contenir des informations sur le donneur d'ordre. En outre, les directives de l'éditeur en vigueur s'appliquent.
- 4.2 Les supports publicitaires doivent être reconnaissables en tant que tels par le lecteur et l'utilisateur et se distinguer de la partie rédactionnelle par leur mise en page et leur police. L'éditeur se réserve le droit d'ajouter la mention «annonce», «avis», «publicité» ou «publireportage».

5. SOUHAITS QUANT À LA DATE DE LIVRAISON ET À L'EMPLACEMENT

- 5.1 Les souhaits quant à la date de livraison et à l'emplacement sont reçus sans engagement. L'éditeur se réserve le droit de reporter un mandat publicitaire, sans consulter l'annonceur, pour des motifs techniques et sans suite de frais pour l'annonceur.
- 5.2 Les instructions relatives à l'emplacement qui ne sont pas déterminées d'un point de vue tarifaire font l'objet d'un supplément. Si l'emplacement confirmé ne peut être respecté pour des motifs techniques, l'annonceur en est informé au préalable dans la mesure du possible.

- 5.3 Si le support publicitaire ne paraît pas, paraît à un autre endroit ou dans une autre édition, ou si sa livraison est retardée suite à un dysfonctionnement technique, l'annonceur n'a pas droit à des dommages-intérêts. En cas de non-parution, l'annonceur conserve toutefois son droit à la publication du support publicitaire et les parties recherchent d'un commun accord une date appropriée pour la publication ultérieure.
- 5.4 L'annonceur ne détient aucun droit d'exclusivité ni d'exclusion de la concurrence.

6. PUBLICATION RESPECTIVEMENT LIVRAISON DES SUPPORTS PUBLICITAIRES

- 6.1 L'éditeur est en droit d'exiger en tout temps la modification des supports publicitaires ou également de les refuser, respectivement de les suspendre sans en indiquer les raisons. Ceci vaut en particulier lorsque leur contenu viole des dispositions légales, des injonctions administratives ou des règles de la branche concernée, a été critiqué par la Commission suisse pour la loyauté dans le cadre d'une plainte, lorsque leur publication, respectivement leur livraison n'est pas raisonnable, selon la libre appréciation matérielle de l'éditeur, en raison du contenu, de la mise en page, de la provenance ou pour des motifs techniques.
- 6.2 Pour les mandats publicitaires concernant la publication dans des produits éditoriaux imprimés, l'éditeur est en droit, mais n'est pas tenu, de publier le support publicitaire également dans la version numérique (p. ex. e-paper) du produit éditorial correspondant pendant la période de publication du support publicitaire en version imprimée, et de le traiter en conséquence. L'annonceur ne dispose cependant d'un tel droit que dans la mesure où le mandat publicitaire et les tarifs le prévoient.
- 6.3 L'annonceur note que le support publicitaire que l'éditeur publie dans une version imprimée, numérique ou de toute autre manière n'est pas mis à la libre disposition des tiers. L'annonceur s'oppose en particulier à la reprise par des tiers de ses supports publicitaires dans des services en ligne sans l'accord de l'éditeur et cède à ce dernier le droit de s'opposer par des moyens appropriés à toute exploitation et tout traitement de quelque nature que ce soit de ces supports publicitaires.

6.4 Lors de la publication dans des produits éditoriaux imprimés, l'éditeur livre une copie du support publicitaire à la demande de l'annonceur. La livraison de pièces originales est payante.

7. GARANTIE, RÉCLAMATIONS ET RESPONSABILITÉ DE L'ÉDITEUR

7.1 L'éditeur s'efforce d'assurer une publication des supports publicitaires optimale au regard de la norme technique usuelle et garantit en conséquence une exécution des mandats publicitaires conforme au contrat.

7.2 L'annonceur a connaissance du fait que l'état actuel de la technique ne permet pas de garantir en tout temps la disponibilité des systèmes ni une publication, respectivement une livraison exempte d'erreurs. L'éditeur ne garantit notamment pas la disponibilité ni l'absence d'erreurs, de défauts ou de dysfonctionnements, tant pour ses produits éditoriaux imprimés que numériques. En outre, la garantie ne couvre pas les défauts et dysfonctionnements non imputables à l'éditeur ni ceux sur lesquels il n'a aucune influence tels que la force majeure, les nuisances causées par des tiers, ni les livraisons et prestations de tiers (p. ex. les dysfonctionnements des réseaux de communication, les coupures de lignes, les pannes de serveur ou de courant). Le chiffre 7.6 demeure réservé.

7.3 L'annonceur doit communiquer toute contestation (réclamation) par écrit (également par e-mail ou par fax) à l'éditeur, immédiatement après la publication, respectivement la livraison du support publicitaire en cas de défauts apparents et, en cas de défauts cachés, au moment de leur découverte. À défaut de réclamation immédiate par l'annonceur, la publication, respectivement la livraison du support publicitaire est réputée acceptée.

7.4 En cas de publication, respectivement de livraison de supports publicitaires non conforme imputable à l'éditeur et de réclamation effectuée en temps utile, l'annonceur a droit à une réduction du prix ou à une publication, respectivement une livraison de remplacement irréprochable. Un tel droit existe seulement dès lors que et dans la mesure où la publication, respectivement la livraison non conforme a nui au sens et à l'impact publicitaire. Les divergences par rapport aux règles typographiques et les codes d'identification erronés (codes QR, codes-barres, etc.) ne donnent pas droit à une réduction du prix ni à une publication, respectivement

une livraison de remplacement irréprochable. Toute publication, respectivement livraison de remplacement est en outre exclue si celle-ci engendre pour l'éditeur des coûts disproportionnés.

- 7.5 Les pannes survenant lors de la livraison de supports publicitaires numériques qui sont causées par des dysfonctionnements des serveurs publicitaires et qui persistent plus de 10% du temps déterminé par une réservation permettent à l'annonceur de prétendre à une livraison correspondante ultérieure ou au prolongement de la livraison d'une durée équivalente à la panne, si les «ad impressions» ne devaient plus être atteintes en raison de la panne. Si la livraison échoue également au cours de la période de prolongation, l'obligation de paiement de l'annonceur disparaît dans la mesure des prestations non réalisées par l'éditeur.
- 7.6 Si un cas de force majeure a affecté le volume du tirage d'un produit éditorial dans lequel paraît un support publicitaire imprimé, l'éditeur a droit au paiement intégral du mandat publicitaire dès lors que le produit éditorial a été distribué à hauteur de 80% du tirage promis ou certifié. Si le nombre d'exemplaires distribués est plus faible, la rémunération relative au mandat publicitaire est réduite en proportion du nombre d'exemplaires effectivement distribués par rapport au tirage promis ou certifié.
- 7.7 Les droits de garantie prévus par les chiffres 7.4 à 7.6 sont considérés comme exhaustifs. Les droits de l'annonceur découlant de défauts se prescrivent dans un délai d'un an à compter de la publication, respectivement de la livraison du support publicitaire.
- 7.8 L'éditeur répond uniquement de dol ou de négligence grave. Dans tous les cas, l'éditeur ne répond pas des dommages consécutifs ni de la perte de gains ou de chiffre d'affaires. Les exclusions et limitations de responsabilité de l'éditeur susmentionnées s'appliquent également à la responsabilité personnelle de ses collaborateurs, organes et auxiliaires.
- 7.9 Le non-respect par l'annonceur des spécifications et recommandations de l'éditeur quant au contenu, aux délais et sur le plan technique concernant la production et la livraison des supports publicitaires éteint toute prétention basée sur une publication, respectivement une livraison non conforme des supports publicitaires.

8. CESSION DE DROITS ET RESPONSABILITÉ DE L'ANNONCEUR QUANT AU CONTENU DES SUPPORTS PUBLICITAIRES

8.1 L'annonceur transfère à l'éditeur le droit non exclusif et valable dans le monde entier d'utiliser ses supports publicitaires dans la mesure requise pour l'exécution du mandat publicitaire et pour l'exercice des autres droits cédés à l'éditeur conformément aux présentes conditions d'insertion, notamment le droit d'utiliser les raisons sociales, marques, logos et autres signes distinctifs qui y figurent, ainsi que le droit de reproduire, diffuser, transférer, envoyer, enregistrer, rendre accessibles au public, traiter, le cas échéant remanier les supports publicitaires, ainsi que de les introduire dans des bases de données et les extraire de celles-ci.

8.2 L'annonceur répond du contenu et de la conformité juridique des supports publicitaires. L'éditeur n'est pas tenu de vérifier si un support publicitaire viole la loi ou les droits de tiers. L'annonceur garantit avoir acquis ou pouvoir disposer de tous les droits d'utilisation des titulaires de droits d'auteur, de droits voisins et de tout autre droit en vue de la publication et de la diffusion des supports publicitaires qu'il a fournis et indemnise intégralement l'éditeur de toute prétention de tiers résultant de la violation de marques, de droits de la personnalité, de droits d'auteur ou de tout autre droit, y compris les coûts raisonnables de défense juridique.

9. REQUÊTE EN PUBLICATION D'UN DROIT DE RÉPONSE

9.1 Les requêtes en publication d'un droit de réponse à des annonces sont dans la mesure du possible traitées en accord avec l'annonceur.

9.2 Si l'éditeur fait l'objet de poursuites judiciaires, l'annonceur est tenu, après dénonciation du litige, d'intervenir dans la procédure. L'annonceur est dans tous les cas tenu de prendre en charge l'ensemble des frais judiciaires et extrajudiciaires résultant de l'exercice du droit de réponse, y compris les frais prévus par les dispositions concernant les offres et tarifs afférentes au produit éditorial, si l'éditeur est contraint de publier un droit de réponse.

10. ANNONCES SOUS CHIFFRE

- 10.1 Les offres en réponse à des annonces sous chiffre ne sont transmises à leurs destinataires que si elles présentent un lien direct avec le contenu du support publicitaire en question. Les envois à des fins publicitaires ou de recommandation, les offres anonymes ou de masse ne sont pas transmises. Afin de constater de telles offres, l'éditeur se réserve le droit d'ouvrir de manière aléatoire les courriers ou les e-mails.
- 10.2 L'éditeur ne répond pas du renvoi de documents. Les envois d'offres dépassant le format C5 ne seront transmis que s'ils sont accompagnés des frais postaux correspondants.
- 10.3 L'éditeur se réserve en outre le droit d'ouvrir des lettres même sans l'autorisation expresse de l'annonceur, dès lors qu'il n'est pas possible de les associer sans équivoque à un support publicitaire précis.

11. EXPLOITATION, MODIFICATION ET ÉVOLUTION DES PRODUITS ÉDITORIAUX

- 11.1 L'éditeur est en tout temps en droit de recourir à des tiers pour l'exécution de ses obligations.
- 11.2 Les évolutions techniques et la modification ou l'interruption des produits éditoriaux sont laissés à la seule discrétion de l'éditeur et demeurent réservés en tout temps. L'éditeur a notamment le droit de modifier ou d'adapter également à court terme les modes de parution des produits éditoriaux figurant dans les dispositions concernant les offres et tarifs, ainsi que les dates limites de dépôt des annonces applicables en la matière.
- 11.3 En cas d'interruption d'un produit éditorial au cours de la durée d'un mandat publicitaire, l'éditeur peut se départir du contrat sans devoir indemniser. La résiliation ne libère pas l'annonceur du paiement des supports publicitaires publiés, respectivement parus jusqu'à l'interruption du produit éditorial.
- 11.4 En cas de modifications majeures de l'offre relative aux supports publicitaires numériques excluant ou limitant de manière significative la poursuite de la livraison de supports publicitaires sur lesquels portent des mandats publicitaires en cours et non encore terminés, l'annonceur a droit à un avoir pour les prestations non utilisées au moment de la mise en œuvre de la modification. Sauf accord contraire, l'avoir est exclusivement valable pour des prestations publicitaires dans le même produit éditorial.

12. TARIFS ET CONDITIONS DE PAIEMENT

- 12.1 Les prix, suppléments et autres dispositions déterminants pour les mandats publicitaires résultent de manière uniforme des dispositions concernant les offres et tarifs de chaque produit éditorial en vigueur au moment de la publication, respectivement de la livraison des supports publicitaires.
- 12.2 La publication de supports publicitaires dans des produits éditoriaux imprimés est facturée sur la base des millimètres parus. Tout millimètre entamé est intégralement facturé. La «hauteur utile» désigne non pas la limite minimale, mais un espace adapté au sujet.
- 12.3 Seules les mesures effectuées par l'éditeur sont déterminantes pour les supports publicitaires parus sous format numérique et facturés en fonction des «ad impressions», clicks ou de tout autre manière.
- 12.4 L'éditeur accorde les rabais figurant dans les dispositions concernant les offres et tarifs en vigueur. En outre, l'annonceur reconnaît et accepte que l'éditeur puisse faire figurer sur la facture destinée à l'annonceur, en cas d'apport de mandats publicitaires par une agence ou un autre tiers, une commission de conseil portant sur le mandat et la déduire, respectivement la payer à l'agence ou au tiers intermédiaire.
- 12.5 En l'absence de dispositions concernant les offres et tarifs dérogatoires ou d'accords particuliers expressément dérogatoires, le paiement des factures de l'éditeur est exigible sans aucune déduction dans un délai de 30 jours à compter de la date de la facture.
- 12.6 Tout retard de paiement engendre la facturation de frais de sommation à hauteur de CHF 10.00, ainsi que des intérêts moratoires à hauteur de 5%. Toute poursuite, tout sursis concordataire ou toute faillite engendre la perte des rabais et des commissions de conseil. L'éditeur peut exiger le remboursement de toute commission de conseil déjà payée. En outre, l'éditeur peut facturer, au titre de l'indemnisation des frais occasionnés, un montant équivalent à 5% du montant de la facture restant dû, mais d'au minimum CHF 50.00 et d'au maximum CHF 300.00.

13. DROITS DE PROPRIÉTÉ

- 13.1 Tous les droits d'auteur et marques, ainsi que le savoir-faire portant sur les produits éditoriaux numériques dans lesquels sont parus les supports publicitaires de l'annonceur, sont la propriété exclusive de l'éditeur, respectivement de ses donneurs de licence. L'annonceur dispose, pendant la durée du mandat publicitaire et dans la mesure de celui-ci, des droits d'utilisation des produits éditoriaux numériques nécessaires à la publication, respectivement à la livraison des supports publicitaires.
- 13.2 Toutes les informations collectées et analyses statistiques effectuées dans le cadre des mesures des supports publicitaires de l'annonceur par l'éditeur sont la propriété de ce dernier, qui a le droit de les exploiter et de les utiliser à ses propres fins. L'éditeur s'engage toutefois à traiter ces informations de manière confidentielle et à ne les rendre accessibles que sous forme anonyme.

14. PROTECTION DES DONNÉES

- 14.1 L'annonceur reconnaît et accepte que, dans le cadre du recours aux prestations de l'éditeur, notamment en lien avec l'attribution et le traitement du mandat, ce dernier enregistre et traite informatiquement, le cas échéant également en ayant recours à des prestataires externes, les données personnelles que l'annonceur lui a fournies. L'éditeur respecte les dispositions en vigueur en matière de protection des données, mais ne peut notamment pas garantir la confidentialité, l'intégrité et l'authenticité des supports publicitaires et des données de l'annonceur pour les supports publicitaires parus sous format numérique. L'annonceur prend acte, dans ce contexte, du fait que les données personnelles peuvent aussi être consultées dans des États qui ne disposent pas de règles de protection des données comparables à celles de la Suisse.
- 14.2 **Outre les données générales, à caractère non personnel, notamment les données statistiques, que l'éditeur collecte et traite à propos des supports publicitaires publiés, respectivement parus, et à propos de l'utilisation des produits éditoriaux, les données personnelles de l'annonceur enregistrées aux fins du traitement du mandat publicitaire peuvent également, sous réserve du désaccord exprès de l'annonceur, être utilisées par l'éditeur et les sociétés du groupe Tamedia ou liées au groupe Tamedia (ici vous trouverez la liste actuelle de toutes les sociétés concernées: <http://www.tamedia.ch/fr/declaration/entreprises>) à des fins de marketing, de**

réalisation d'études de marché et d'amélioration constante des produits éditoriaux et des offres des sociétés liées. L'éditeur et les sociétés liées peuvent à cet égard collaborer avec d'autres sociétés ou personnes, respectivement les mandater pour le traitement et l'enregistrement de telles données et leur octroyer ainsi l'accès à ces données dans la mesure où les tâches qui leur sont confiées le requièrent.

- 14.3 L'annonceur a le droit en tout temps de révoquer auprès de l'éditeur son consentement quant à l'utilisation de ses données personnelles qui ne concerne pas directement le traitement du mandat publicitaire. La révocation doit être effectuée par écrit (également par e-mail ou par fax) à l'adresse suivante :

Tamedia SA

Tamedia Advertising

Werdstrasse 21

8004 Zurich

Email: advertising-privacy@tamedia.ch

15. MODIFICATION DES CONDITIONS D'INSERTION ; MODIFICATION DES TARIFS

- 15.1 Les présentes conditions d'insertion remplacent toutes les versions précédentes. L'éditeur est en droit de modifier en tout temps les présentes conditions d'insertion, les tarifs ainsi que les dispositions concernant les offres et tarifs y afférentes en vigueur.

15.2 Les conditions d'insertion, les dispositions concernant les offres et tarifs ainsi que les tarifs modifiés entrent en vigueur au même moment pour tous les annonceurs et s'appliquent également aux mandats publicitaires en cours. L'annonceur a toutefois le droit, en cas d'augmentation des tarifs, de se départir du contrat dans un délai de 2 semaines à compter de la notification écrite. Dans ce cas, il a seulement droit au rabais qu'il a effectivement atteint jusqu'au moment de la résiliation conformément à l'échelle des rabais.

16. DROIT APPLICABLE ET FOR

- 16.1 Les présentes conditions d'insertion sont soumises au droit matériel suisse. En l'absence de dispositions dérogatoires dans les présentes conditions d'insertion, les règles sur les contrats d'entreprise s'appliquent en particulier (art. 363 ss CO).
- 16.2 **Le for est celui du siège de l'éditeur.** L'éditeur est toutefois en droit d'attirer l'annonceur devant les juridictions compétentes pour lui.

Tous les prix s'entendent hors taxe sur la valeur ajoutée légale.

Les présentes conditions d'insertion sont en vigueur depuis le 1er janvier 2017.

En cas de contradictions entre la version française et la version allemande des présentes conditions générales d'insertion, la version allemande fait foi.