

CONDITIONS PUBLICITAIRES DE GOLDBACH MEDIA AG

1. VALIDITÉ

Sauf convention contraire par écrit, les présentes conditions publicitaires ainsi que les conditions générales relatives aux ordres publicitaires passés aux sociétés du groupe Goldbach Group AG (ci-après « CG ») s'appliquent à tous les ordres publicitaires conclus entre les supports publicitaires représentés ou commercialisés directement par Goldbach Media AG (« Goldbach Media ») et les annonceurs.

En cas de divergences, ces conditions publicitaires priment les règlements suivants :

- les CG (consultables sous <https://goldbach.com/fr/cgv/>)
- les directives publicitaires en vigueur (consultables sous <https://goldbach.com/fr/tv/directives-publicitaires-tv/>)
- les spécifications techniques en vigueur (consultables sous <https://goldbach.com/fr/tv/livraison-des-spots-tv/>)

Les directives, restrictions ou conditions spéciales (telles que les directives ou CG des supports publicitaires) ainsi que toute autre dérogation aux présentes conditions publicitaires ne s'appliquent que si elles sont expressément convenues par écrit.

Pour les ordres publicitaires liés aux produits « Replay Ads », les « Conditions publicitaires Replay Ads » de Goldbach Media s'appliquent ; pour les ordres publicitaires liés aux produits « Online », les « Conditions publicitaires Online » de Goldbach Media s'appliquent (consultables sous <https://goldbach.com/fr/cgv/>).

Toute contre-confirmation de l'annonceur se référant à d'autres conditions générales est expressément rejetée.

2. CONCLUSION DES ORDRES PUBLICITAIRES

2.1. Réservation

Der Werbeauftraggeber kann die Werbezeit schriftlich, elektronisch oder auf dem zur Verfügung gestellten OMS (Order Management System) mis à sa disposition. Les réservations doivent être effectuées au plus tard 41 jours civils avant le début de la campagne. Goldbach Media n'accepte les réservations ultérieures qu'après accord préalable ou s'il reste des espaces disponibles dans l'OMS mis à disposition.

Pour les réservations via l'OMS, les CG distinctes pour l'accès et l'utilisation de MediaPro.net via l'interface web s'appliquent dans leur version en vigueur, que chaque utilisateur de l'OMS accepte dans le cadre d'un contrat d'accès à conclure par écrit.

2.2. Offre

Sur la base de la réservation conformément au chiffre 2.1, l'annonceur reçoit une offre pour l'ordre publicitaire concerné, qui peut également être transmise par voie électronique. En cas d'utilisation de l'OMS, l'annonceur peut également générer lui-même l'offre. L'offre est valable 48 heures.

2.3. Confirmation

Si l'annonceur souhaite accepter l'offre conformément au chiffre 2.2, il doit la confirmer par écrit ou par voie électronique dans un délai de 48 heures. Avec la confirmation par l'annonceur, l'ordre publicitaire est conclu de manière juridiquement contraignante et irrévocable (pour les possibilités d'annulation, voir chiffre 3). L'offre confirmée est notifiée à l'annonceur par Goldbach Media par écrit ou par voie électronique au moyen d'une confirmation de commande. Sans confirmation, la réservation devient caduque et est ensuite traitée comme un ordre annulé. Dans ce

cas, l'espace publicitaire peut être réattribué à des tiers.

3. ANNULATION / PEINE CONVENTIONNELLE

3.1. Par Goldbach Media

Goldbach Media peut se départir des ordres publicitaires si le support publicitaire suspend ou modifie son offre et que cela n'est pas imputable à Goldbach Media et n'était pas prévisible pour elle, par exemple en raison de mesures prises par des autorités de surveillance ou des tribunaux. Goldbach Media peut en outre se départir jusqu'à 10 jours avant le début de la distribution si une situation de concurrence apparaît entre l'annonceur et un autre annonceur disposant de droits exclusifs sur le support publicitaire spécifique. Dans ces cas, toute prétention de l'annonceur est exclue.

3.2. Par l'annonceur

Goldbach Media peut, à la demande de l'annonceur, lui accorder une possibilité d'annulation jusqu'à 41 jours civils avant le début de la distribution de la forme publicitaire. Une demande d'annulation doit dans tous les cas être adressée à Goldbach Media par écrit ou par voie électronique. Au cours des 40 derniers jours civils précédant le début de la distribution, une annulation par l'annonceur n'est possible que moyennant une indemnité en pourcentage (peine conventionnelle). Le chiffre 3.3 ci-après s'applique au montant de la peine conventionnelle. Pour les formes publicitaires d'une durée d'au moins 2 minutes ainsi que pour le sponsoring, une annulation de l'ordre publicitaire conclu est exclue et l'annonceur est tenu de payer la rémunération convenue.

3.3. Peine conventionnelle

Au cours des 40 derniers jours civils précédant le début de la distribution, une annulation par l'annonceur n'est possible que contre l'indemnité en pourcentage (peine conventionnelle) suivante, calculée sur la base de la valeur nette (montant brut - rabais - rémunération d'agence de publicité) de l'ordre publicitaire respectif :

- entre 40 et 25 jours civils avant la distribution : 50%
- entre 24 et 10 jours civils avant la distribution : 75%
- moins de 10 jours civils avant la distribution : 100%
- après le début de la distribution : 100%

La valeur nette de l'ordre publicitaire respectif est calculée sur la base de la valeur brute média confirmée (c.-à-d. les réservations d'espace payant et gratuit, y compris les éventuelles majorations). Les montants s'entendent hors TVA ; les conditions de paiement conformément au chiffre 6.3 ci-après s'appliquent.

4. MATÉRIEL PUBLICITAIRE

4.1. Livraison

L'annonceur fait parvenir le fichier maître (Masterfile) du matériel publicitaire dans le format spécifié sur le site web par le biais d'un service de livraison reconnu ou directement à Goldbach Media. Le matériel publicitaire doit être muni des informations nécessaires à l'attribution et à la transmission.

Le contrôle technique préalable, l'attribution du matériel publicitaire et l'encodage dans les formats spécifiés des différentes chaînes et pour la transmission aux organismes de diffusion sont effectués par Goldbach Media.

Les frais d'encodage des formats sont facturés en sus à l'annonceur (<https://goldbach.com/fr/tv/livraison-des-spots-tv/>).

4.2. Délais de livraison

L'annonceur est tenu de mettre à la disposition de Goldbach Media, à ses propres frais, le matériel nécessaire à la distribution de la forme publicitaire ainsi que les nouveaux matériels et motifs publicitaires dans le cadre d'une campagne en cours, dans le format exigé par Goldbach Media, au plus tard aux moments suivants avant la date de distribution confirmée, sous réserve de dérogations dans l'ordre individuel:

- Linear TV (TV linéaire) : 10 jours ouvrables, avec des dérogations pour certaines chaînes et formes publicitaires

spéciales. Dans le respect des présentes conditions publicitaires ainsi que des spécifications techniques et des directives spécifiques conformément au Factsheet « Délais de livraison réduits », les spots avec un délai de livraison de 5 jours ouvrables sont acceptés.

- Instore Radio : 2 jours ouvrables
- Teletext (Télétexte) : 3 jours ouvrables

Sont considérés comme jours ouvrables les jours du lundi au vendredi, à l'exclusion des jours fériés.

4.3. Non-respect des délais

Trifft das Werbematerial nicht rechtzeitig ein, kann Goldbach Media die Distribution der Werbeform nicht garantieren. Goldbach Media ist alsdann berechtigt, die freiwerdende Werbezeit anderweitig zu belegen. Der Werbeauftraggeber bleibt in jedem Fall zur vollen Bezahlung der vereinbarten Vergütung verpflichtet und trägt die Kosten, die für die Nachbearbeitung des Werbeblockes aufgrund der Nichtbeachtung der Fristen entstanden sind. Der Werbeauftraggeber haftet für allen weiteren Schaden, der durch die Nichtbeachtung der Fristen entstanden ist.

4.4. Responsabilité

L'annonceur est seul responsable de la qualité technique et de la conception du contenu du matériel publicitaire. La conception du contenu doit satisfaire aux réglementations en vigueur en Suisse et dans le pays de l'organisme de diffusion du support publicitaire (cf. à ce sujet également le chiffre 6.2 des CG). L'annonceur et/ou l'agence libèrent entièrement le support publicitaire ainsi que Goldbach Media en cas de violation des responsabilités leur incombant en vertu de ces clauses.

4.5. Refus

Goldbach Media n'est pas tenue de vérifier le matériel publicitaire livré par l'annonceur et/ou l'agence. Goldbach Media est en droit de refuser le matériel publicitaire livré par l'annonceur pour des raisons juridiques, morales ou similaires. Cela s'applique notamment au matériel publicitaire d'origine douteuse, au contenu controversé, à la forme ou à la qualité technique insuffisante. Goldbach Media informe immédiatement l'annonceur d'un tel refus. L'annonceur est tenu de mettre immédiatement à disposition un nouveau matériel publicitaire ou un matériel modifié. Si ce matériel publicitaire de remplacement est mis à disposition avec du retard pour le respect de la date de distribution convenue, Goldbach Media est en droit d'attribuer le temps publicitaire à d'autres fins. L'annonceur reste dans tous les cas tenu de payer l'intégralité de la rémunération et répond de tout autre dommage éventuel.

4.6. Conservation

L'obligation de conserver les documents de diffusion prend fin 1 an après la dernière distribution.

4.7. Publicité couplée

L'annonceur assure que le matériel publicitaire se réfère uniquement aux produits, marques ou services de l'annonceur. Le matériel publicitaire faisant la promotion de produits, marques ou services de plusieurs entreprises (publicité couplée) n'est possible qu'avec l'accord écrit préalable de Goldbach Media. Les entreprises dont la promotion est faite doivent être nommément désignées. Goldbach Media est en droit de percevoir un supplément de prix au nom des différents groupes de chaînes.

5. DISTRIBUTION

5.1. Principe

Le support publicitaire diffuse la publicité conformément au contrat. Cela inclut en principe également le moment de la distribution.

5.2. Placement

Les formes publicitaires sont placées selon les groupes de prix ou de prestations convenus et actuellement en vigueur. Les groupes de prix et de prestations pour les différents supports publicitaires découlent des structures de programme et d'écrans publicitaires valables au moment de la confirmation de la commande, sous réserve des dispositions

suivantes et de la réglementation à ce sujet au chiffre 3 des CG concernant les prix. Sauf convention spécifique contraire, il n'existe aucun droit à un placement du spot publicitaire dans un écran publicitaire déterminé et/ou aucun droit à une position déterminée du spot publicitaire au sein d'un écran publicitaire. Goldbach Media s'efforce toutefois de tenir compte des souhaits de l'annonceur.

5.3. Reprogrammation, défaillance de la forme publicitaire

L'annonceur est en droit de reprogrammer au sein du support publicitaire des ordres publicitaires fermement acceptés, si le souhait de reprogrammation est communiqué à Goldbach Media par écrit ou par voie électronique au plus tard 10 jours civils avant la date de distribution convenue, si le volume de réservation monétaire convenu ainsi que les durées temporelles du matériel publicitaire (en particulier la longueur du spot) sont maintenus, si la distribution du volume reprogrammé n'est pas considérablement retardée et si Goldbach Media dispose de capacités libres suffisantes concernant les nouvelles dates et les nouveaux lieux de distribution souhaités.

Si, pour des raisons incombant à l'annonceur, la forme publicitaire ne peut pas être diffusée aux heures convenues ou si une reprogrammation est effectuée sans respecter le délai minimum de 10 jours civils ou en modifiant le volume de réservation monétaire convenu, l'annonceur reste dans tous les cas tenu de payer l'intégralité de la rémunération convenue. Tout droit à des dommages et intérêts ou à d'autres prétentions de l'annonceur sont exclus d'emblée.

5.4. Réservations multiples, exclusion de la concurrence et élargissement de l'offre

Goldbach Media se réserve le droit de refuser les réservations multiples ainsi que les spots faisant référence les uns aux autres au sein d'un même écran publicitaire ou de plusieurs écrans publicitaires. Une exclusion de la concurrence n'est ni convenue de manière générale pour un support publicitaire déterminé ni pour des distributions individuelles, ni garantie par Goldbach Media.

Goldbach Media n'exclut pas et ne garantit pas non plus qu'en plus des offres et structures d'offres respectivement publiées par Goldbach Media, d'autres temps et/ou espaces publicitaires ne seront pas proposés et réservés.

5.5. Date et lieu de distribution / Défauts

Si la distribution ponctuelle du spot publicitaire ne peut être respectée en raison de circonstances non imputables à Goldbach Media, la distribution du spot publicitaire sera déplacée par Goldbach Media sur un autre espace de diffusion, si possible équivalent. En cas de déplacement insignifiant de la distribution, le tarif/prix convenu reste maintenu. Aucune garantie n'est assumée pour la distribution de la forme publicitaire dans un ordre déterminé.

En cas de déplacements importants, l'annonceur en sera informé par Goldbach Media le plus rapidement possible. Sont considérés comme déplacements importants aussi bien la distribution en dehors du jour ou de la période convenue que la distribution dans un autre groupe de prix. Si l'annonceur ne s'oppose pas immédiatement et par écrit au déplacement de la forme publicitaire ou à l'intégration de la forme publicitaire dans un autre environnement de programme, cela est considéré comme un accord de l'annonceur. Dans le cas où la forme publicitaire ne peut être ni anticipée ni rattrapée, ou dans le cas où l'annonceur s'oppose à la proposition d'anticipation, de rattrapage ou d'intégration dans un autre environnement de programme, l'annonceur a droit au remboursement du prix de base conformément au ch. 3.1 des CG.

5.6. Compensation des prestations et expiration des avoirs pour les garanties de prestations accordées et autres avoirs
Les garanties de prestations ou espaces gratuits (Freespace) convenus contractuellement peuvent être diffusés par Goldbach Media pendant une campagne en cours sans consultation de l'annonceur (compensation des prestations). À l'issue de la campagne, Goldbach Media indique à l'annonceur les éventuels avoirs de prestations existants.

Les avoirs de prestations sont générés par groupe de chaînes et sont crédités en CHF. L'appartenance d'une chaîne à un groupe de chaînes et l'étendue de la garantie par chaîne peuvent être consultées sous <https://goldbach.com/fr/tv/directives-publicitaires-tv/>. La prestation garantie par groupe de chaînes est calculée en cumulant les prestations garanties par chaîne, par campagne et par groupe cible, dans le groupe de chaînes respectif. La prestation garantie du groupe de chaînes est comparée aux prestations de campagne effectivement atteintes et

cumulées sur le groupe de chaînes par les chaînes, auxquelles s'ajoute la prestation des éventuelles compensations de prestations réservées sur les chaînes. Si, au sein d'une campagne, la prestation effectivement atteinte du groupe de chaînes dépasse la prestation garantie, Goldbach Media renonce à facturer les prestations supplémentaires. Les avoirs de prestations constatés et crédités à la fin de la campagne peuvent être utilisés par l'annonceur au cours de l'année civile en cours pendant laquelle l'avoir a été généré. Les avoirs de prestations ne peuvent toutefois être utilisés que sur le groupe de chaînes sur lequel les avoirs de prestations ont effectivement été générés. Goldbach Media est libre de déterminer le moment de la distribution pour les avoirs de prestations.

Les avoirs issus de la compensation de prestations ou d'autres avoirs tels que les espaces gratuits (Freespace) existant encore à l'expiration de l'année civile en cours s'annulent sans remplacement. La seule exception à cette règle est le cas où l'avoir effectivement utilisé, c'est-à-dire réservé, par l'annonceur n'a pas pu être diffusé. L'annonceur n'a en aucun cas d'autres prétentions ; en particulier, un droit au remboursement est exclu.

6. AUTRES DISPOSITIONS

6.1. Confidentialité

Les parties s'engagent à garder secrètes vis-à-vis des tiers les informations reçues de l'autre partie ainsi que les autres informations nécessitant le secret, au rang desquelles figurent également les rabais, escomptes et réductions de prix comparables accordés à l'annonceur, ainsi que d'autres conditions et volumes médias (« informations confidentielles »). Les informations confidentielles ainsi que les autres secrets commerciaux et d'exploitation connus dans le cadre de la collaboration doivent être traités de manière confidentielle par les deux parties, même après la fin de la relation contractuelle. Les parties utiliseront les informations confidentielles de l'autre partie exclusivement aux fins de l'exécution des ordres publicitaires.

La divulgation d'informations confidentielles à des annonceurs est autorisée pour autant que les annonceurs s'engagent préalablement par écrit envers Goldbach Media (i) à ne transmettre les informations confidentielles (notamment les conditions et volumes médias) à des tiers (notamment les consultants et les auditeurs médias) qu'à la condition que les informations confidentielles ne soient pas introduites dans des bases de données et ne soient pas stockées et/ou utilisées d'une autre manière par les tiers pour leurs propres fins, pour d'autres fins ou pour des fins tierces et (ii) à ne pas transmettre d'une autre manière les informations confidentielles à des tiers.

La divulgation d'informations confidentielles à des tiers (en particulier aux consultants et auditeurs médias) n'est également autorisée que si ceux-ci s'engagent au préalable par écrit de leur côté à ne pas transmettre les informations confidentielles (en particulier les conditions et volumes médias), à ne pas introduire ces informations confidentielles dans des bases de données et à ne pas les stocker et/ou les utiliser pour leurs propres fins, pour d'autres fins ou pour des fins tierces.

À titre exceptionnel, la transmission d'informations confidentielles à un auditeur média ou à d'autres tiers en vue de l'élaboration de ce que l'on appelle des Benchmarks de conditions est autorisée, si l'auditeur média ou l'autre tiers (i) a souscrit à la déclaration d'engagement volontaire consultable sous <https://goldbach.com/fr/cgv/> pour l'élaboration de benchmarks de conditions méthodologiquement corrects et transparents basés sur un pool de données et (ii) s'est engagé directement vis-à-vis de Goldbach Media ou de l'Association Suisse des Annonceurs à respecter cet engagement volontaire.

À la demande de Goldbach Media, l'annonceur doit présenter la (les) déclaration(s) d'engagement signée(s). Si l'annonceur n'est pas en mesure de présenter une déclaration d'engagement ou s'il est manifeste que la déclaration d'engagement volontaire n'est pas respectée par le tiers, Goldbach Media est en droit de faire valoir non seulement son propre dommage, mais également le dommage causé aux supports publicitaires commercialisés par Goldbach Media.

6.2. Utilisation des données et protection des données

En ce qui concerne l'utilisation et la protection des données, les dispositions des « Conditions publicitaires Online » de Goldbach Media s'appliquent.

6.3. Paiement

Sauf convention contraire, toutes les factures doivent être payées sans déduction au plus tard 20 jours après la facturation.

6.4. Commission de conseil / Rémunération d'agence de publicité

Conformément au ch. 4.3 des CG, les agences reçoivent une commission de conseil/rémunération d'agence de publicité à hauteur de 15 % pour les ordres TV et Télétexte, 10 % pour les ordres Instore Radio, mesurée dans chaque cas sur la valeur de l'ordre (après déductions et exclusivement hors TVA).

6.5. Modification des conditions publicitaires

Goldbach Media se réserve le droit de modifier les présentes conditions publicitaires à tout moment. De telles modifications sont communiquées à l'annonceur par écrit ou par voie électronique. Pendant une relation contractuelle ou une campagne en cours, l'annonceur peut résilier de manière anticipée la relation contractuelle concernée par écrit dans un délai de 2 semaines à compter de la notification de la modification. L'ensemble des services obtenus dans ce contexte jusqu'au moment de la résiliation du contrat doivent être payés intégralement. Les campagnes en cours sont arrêtées au moment de la résiliation du contrat. Si l'annonceur omet de résilier par écrit ou s'il continue d'utiliser les prestations contractuelles, il accepte les modifications des conditions publicitaires dans leur intégralité.

Le présent document est une traduction de la version originale en langue allemande qui primera en cas de problèmes d'interprétation.

Küsnacht, valable à partir du 1er août 2026