

Conditions générales de Swisscom Advertising

1. Généralités

1.1. Champ d'application

Les «Conditions générales de Swisscom Advertising» («CG») s'appliquent à tous les mandats publicitaires et réglementent la conclusion, le contenu et l'exécution de contrats concernant l'offre de Swisscom (Suisse) SA («Swisscom») pour l'intégration des annonceurs dans un support publicitaire des médias électroniques de Swisscom.

Seules les CG de Swisscom font foi. Par la présente, nous faisons opposition expressément aux affirmations contraires de la part de *l'annonceur ou de l'agence* («partenaire contractuel») basées sur ses propres Conditions générales. Toute dérogation aux présentes CG ou aux Conditions générales du partenaire contractuel n'est valide que dans la mesure où Swisscom la confirme par écrit.

1.2. Définitions

Sont considérées comme *annonceurs* des 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.

Est tenu pour *mandat publicitaire* chaque contrat conclu entre Swisscom et le partenaire contractuel portant sur une intégration de toute forme de communication commerciale («moyen publicitaire») de l'annonceur dans un support publicitaire des médias électroniques de Swisscom. Un *partenaire contractuel* est défini comme l'annonceur lui-même (avec ou sans suppléance par une agence de publicité ou agence médias) ou comme une agence de publicité ou agence médias («Agence») tant que celle-ci agit en son propre nom et pour son propre compte.

On entend par *support publicitaire* tous les médias électroniques significatifs en termes de publicité qui sont exploités par Swisscom.

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

- une image animée ou fixe et/ou un texte et/ou des tonalités;
- 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 des prix en vigueur – cette liste peut être consultée sur www.swisscom.ch/advertising –. Toutefois, des formats et formes de publicité particuliers sont possibles après concertation avec Swisscom et le contrôle de cette dernière.

1.3. 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 Swisscom que pour les clients nommément désignés avec précision. Swisscom 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 Swisscom qu'en adressant son paiement à cette dernière.

Il incombe à l'agence d'informer son client sur ses droits et obligations résultant 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.

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

2. Conclusion de mandats publicitaires

Les offres de Swisscom s'entendent toujours sans engagement et notamment sous réserve de la disponibilité des plages horaires et/ou des espaces publicitaires.

Un mandat publicitaire est conclu valablement si Swisscom confirme par écrit ou par e-mail un mandat publicitaire et si l'annonceur ou l'agence ne s'oppose pas par écrit ou par e-mail à cette confirmation de mandat dans les 48 heures ou si un accord correspondant est éventuellement contresigné par l'annonceur ou l'agence. Swisscom est autorisée à exiger de l'annonceur ou de l'agence une contre-confirmation écrite du mandat publicitaire (un e-mail suffit.) Grâce à l'intégration des moyens publicitaires aux espaces publicitaires convenus, le mandat publicitaire entre en vigueur dans tous les cas. L'intégration des moyens publicitaires remplace, dans de tels cas, la confirmation de Swisscom. Une opposition de l'annonceur ou de l'agence est alors exclue.

Les modifications et compléments du contrat ne sont valables qu'en la forme écrite.

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 mandat
- Conventions clients existantes éventuellement
- Conventions d'agence existantes éventuellement
- Spécifications des moyens publicitaires (elles peuvent être consultées sur www.swisscom.ch/advertising)

3. Droits et obligations de Swisscom

3.1. Généralités

Swisscom fournit de manière soignée les prestations convenues. Dans ce cadre, elle peut à tout moment faire appel à des tiers pour remplir ses obligations contractuelles.

3.2. Droit au refus et à la suspension de la prestation

Swisscom n'est pas tenue de procéder à un contrôle du contenu. Mais elle se réserve le droit de contrôler l'admissibilité du contenu de la publicité. Cela n'affecte point la responsabilité du partenaire contractuel conformément au chiffre 9.

Si Swisscom constate une utilisation contraire aux dispositions légales ou contractuelles ou bien si elle est informée par un tiers d'une telle utilisation du service par le partenaire contractuel et/ou l'annonceur (concernant les contenus ou contenus reliés), elle peut à tout moment supprimer les contenus contraires aux dispositions légales ou contractuelles de ses supports publicitaires, adresser un avertissement à l'annonceur ou à l'agence, l'engager à respecter les conditions contractuelles d'utilisation du service, suspendre provisoirement la fourniture de ses prestations et/ou résilier le contrat avec effet immédiat et sans dédommagement. Dans ce contexte, des dommages-intérêts et d'autres droits de Swisscom demeurent réservés.

Au-delà, Swisscom se réserve la possibilité de refuser, si elle le juge utile, des moyens publicitaires à cause de leur forme et/ou de la qualité technique. Pour ce qui concerne les modèles inappropriés ou défectueux, Swisscom demande de les remplacer.

A cette fin, elle informe immédiatement l'annonceur ou l'agence de son refus des moyens publicitaires disponibles. Dans un cas pareil, l'annonceur et l'agence sont obligés de lui fournir immédiatement un moyen publicitaire nouveau ou modifié. Si ces moyens publicitaires de remplacement mis à disposition pour le respect de la date de mise en ligne fixée ou la réalisation de la prestation convenue le sont avec du retard, le plein droit à rémunération de Swisscom reste maintenu même si la mise en ligne du moyen publicitaire intervient avec un décalage ou n'a pas lieu. Swisscom est habilitée à facturer au partenaire contractuel tous les frais supplémentaires encourus. Si les moyens publicitaires ne peuvent pas être mis en ligne pour les raisons susmentionnées, Swisscom a le droit d'utiliser autrement le support publicitaire.

3.3. Liberté rédactionnelle

La liberté rédactionnelle en relation avec l'ensemble des contenus sur tous les supports publicitaires incombe à Swisscom. Elle reste inchangée par ce contrat et comprend aussi la conception, p. ex. la répartition des channels. Selon l'appréciation de Swisscom, il est permis d'effectuer en tout temps des modifications de la conception pendant la durée du contrat tant que les informations déplacées du partenaire contractuel conservent une valeur équivalente au moins.

3.4. Transmission de données à des fins de statistiques publicitaires

Le partenaire contractuel approuve que Swisscom puisse utiliser des données pour l'établissement des statistiques publicitaires et transmettre ces données à des tiers.

3.5. Sauvegarde

Swisscom est autorisée, mais pas tenue, d'archiver les moyens publicitaires de manière illimitée.

4. Droits et obligations du partenaire contractuel

4.1. Mise à disposition des moyens publicitaires

A ses propres frais, au plus tard aux moments suivants et bien avant la date de mise en ligne confirmée (lancement de la campagne), le partenaire contractuel est obligé de mettre à la disposition de Swisscom les moyens publicitaires requis pour la livraison / la mise en ligne de la publicité, même dans le cadre d'une campagne en cours conformément aux prescriptions techniques en vigueur – elles peuvent être consultées sur www.swisscom.ch/advertising :

- 3 jours ouvrables (jusqu'à 17h00 au plus tard) pour les moyens publicitaires conventionnels sous forme de GIF, JPEG, iFrame, SWF, 3 Party Tags
- 5 jours ouvrables (jusqu'à 17h00 au plus tard) pour les moyens publicitaires spéciaux tels que Pushdown et Mobile Interstitials
- 5 jours ouvrables (jusqu'à 17h00 au plus tard) pour tous les moyens publicitaires vidéo tels que Pre Rolls, Start Up Ads, Channel Switch Ads
- 10 jours ouvrables (jusqu'à 17h00 au plus tard) pour les textes RP comme des Advertorials

Il convient de livrer les moyens publicitaires à l'adresse e-mail ci-après:
bluewin.businesspartner@swisscom.com

Le partenaire contractuel supporte les conséquences du retard accusé dans la livraison des moyens publicitaires ainsi que celles de la défectuosité de ces derniers.

En cas de livraison incorrecte, particulièrement de livraison tardive ou de modification ultérieure, Swisscom n'assume aucune garantie pour l'observation de la date de mise en ligne fixée ou la satisfaction de la prestation convenue. Le plein droit à rémunération de Swisscom reste maintenu même si la mise en ligne du moyen publicitaire intervient avec un décalage ou n'a pas lieu.

4.2. Rémunération

Le partenaire contractuel paie à Swisscom la rémunération fixée dans le mandat publicitaire en plus de la taxe sur la valeur ajoutée et éventuellement d'autres impôts conformément à la loi.

En outre, le partenaire contractuel est tenu d'intégrer un code du programme de la boîte à outils (AdTag) pour Reporting et Tracking sur les sites Internet de l'annonceur lorsque la rémunération ou une partie d'elle repose sur une valeur Post-Click (décompte par enregistrement, etc.).

Si Swisscom a besoin du décompte effectué par le partenaire contractuel sur la base du modèle de rémunération convenu (p. ex. participations au chiffre d'affaires), celui-ci établit et livre à Swisscom un décompte détaillé et ce, jusqu'au troisième jour ouvrable du mois suivant. Il convient de souligner que Swisscom est en droit de faire vérifier le décompte par un expert-comptable et/ou informaticien indépendant et tenu au devoir de discrétion. Si les écarts constatés s'élèvent à plus de 5% en défaveur de

Swisscom, les frais de la vérification sont à la charge du partenaire contractuel et les écarts sont imputés ultérieurement à hauteur du montant correspondant.

4.3. Responsabilité en matière de qualité et de contenus publicitaires

Le partenaire contractuel assume seul la responsabilité de la qualité technique, de la conception des contenus ainsi que de la légalité des moyens publicitaires livrés et des informations tenues disponibles pour consultation (texte, image, son et autres données). Outre cela, il est tenu de respecter les dispositions légales pertinentes (loi sur les droits d'auteur, sur le droit des marques, loi civile, loi sur les loteries, sur les maisons de jeu, loi pénale, loi sur les produits thérapeutiques, loi fédérale sur l'alcool, loi fédérale contre la concurrence déloyale, loi fédérale sur la radio et la télévision, l'ordonnance sur l'indication des prix, etc.), les directives et conventions de la branche (p. ex. les principes de la Commission Suisse pour la Loyauté) ainsi que la diligence usuelle de celle-ci.

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

- Sexe et érotique
- Politique et religion
- Jeux et paris
- Publicité concurrençant directement les produits du groupe Swisscom; il est laissé à l'appréciation de Swisscom de décider s'il y a concurrence.

La publicité pour des boissons alcoolisées ou du tabac n'est permise que pour une mise en ligne de 20h00 à 06h00 et pour adultes.

4.4. Droits de protection

Le partenaire contractuel doit demander tous les droits nécessaires à la fabrication des moyens publicitaires en son nom et pour son propre compte et garantit qu'il possède tous les droits requis pour la mise en ligne des moyens publicitaires.

Par ailleurs, le partenaire contractuel transfère à Swisscom tous les droits d'auteur, droits voisins et autres droits nécessaires à l'utilisation de la publicité dans les médias électroniques réservés, notamment le droit de reproduction, diffusion, transmission, traitement, sauvegarde dans une base de données et de consultation depuis cette dernière, et ce, dans l'étendue requise pour l'exécution du mandat publicitaire dans le temps, l'espace et en fonction des contenus.

Le partenaire contractuel accorde à Swisscom le droit de munir, si nécessaire, les moyens publicitaires de la désignation publicité ou d'une désignation pareille, de conserver des copies de la publicité et, si cela est indispensable, de les rendre accessibles via une base de données de Swisscom pour l'exécution du mandat publicitaire.

Aussi le partenaire contractuel libère-t-il Swisscom de toute prétention de tiers pouvant survenir à cause de la violation des droits de ces derniers (frais de défense en justice inclus). Quant à Swisscom, elle informera le partenaire contractuel de la procédure visant à faire valoir des prétentions correspondantes de tiers.

4.5. Réclamations

Le partenaire contractuel est tenu de vérifier immédiatement l'intégration des moyens publicitaires au début de la mise en ligne et d'adresser sans délai une réclamation pour les éventuels défauts qu'il constatera. Le délai de réclamation commence à courir avec la mise en ligne du moyen publicitaire pour les défauts ouverts, et avec la constatation éventuelle des défauts cachés. Si le partenaire contractuel omet d'envoyer une réclamation, la mise en ligne du moyen publicitaire est réputée approuvée.

5. Facturation et conditions de paiement

Sauf disposition contraire, Swisscom facture à l'issue de la livraison complète de la prestation convenue ou toujours à la fin de chaque mois au prorata du temps.

Les outils AdManagement utilisés par Swisscom sont déterminants pour les prestations facturées. Pour les placements de publicité basés sur le temps (placements fixes), la prestation est considérée comme

fournie entièrement lorsqu'au moins 80% de la prestation média prévue préalablement (valeurs indicatives AdImpressions) ont été livrés.

Sauf convention contraire, les factures sont payables dans leur intégralité et exigibles au plus tard dans les 30 jours suivant la date de facturation.

Si la prestation convenue ne peut pas du tout être fournie ou ne peut l'être que de manière restreinte pendant la durée prévue de la campagne pour des raisons imputables au partenaire contractuel, notamment parce que Swisscom n'a pas reçu à temps les moyens publicitaires, ou les a réceptionnés dans un état défectueux, au format erroné ou avec un contenu illégal, Swisscom est autorisée à facturer intégralement au partenaire contractuel la rémunération due pour la prestation conformément au mandat publicitaire.

En cas de retard de paiement, Swisscom peut demander des intérêts à hauteur de 5% à compter de l'échéance ainsi que des frais de rappel de CHF 20.-- par rappel. En cas de retard de paiement ou si Swisscom apprend que le partenaire contractuel a des difficultés de paiement ou que sa situation économique s'est considérablement dégradée, Swisscom est autorisée à subordonner la fourniture d'autres prestations au paiement anticipé ou à des prestations de sûretés ou à la suspendre intégralement. Son droit au paiement reste acquis y compris pour la fourniture suspendue.

Cette situation ne permet pas au partenaire contractuel de présenter des créances en compensation vis-à-vis de Swisscom.

6. Protection des données

Lors du traitement des données personnelles des clients finaux, Swisscom et le partenaire contractuel observent la loi fédérale sur la protection des données et – dans la mesure où elle est applicable – la loi suisse 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 Swisscom, notamment celles du traitement et de l'attribution de mandat, sont stockées sous format électronique, traitées et utilisées exclusivement dans le but pour lequel elles ont été communiquées à Swisscom si une autorisation n'a pas été accordée pour un autre type d'utilisation, ainsi que dans le but du décompte et de la rémunération.

Swisscom 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 Swisscom d'une part, et d'autre part pour lui permettre de réaliser un décompte. De plus, Swisscom est en droit d'accéder à ces données afin de conserver son fonctionnement. Cependant, elle garantit un traitement confidentiel de ces données.

Conformément aux dispositions générales relatives à la protection des données, Swisscom s'engage en revanche 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 Swisscom sont retenues.

7. Confidentialité

Swisscom, l'annonceur et l'agence traitent de manière confidentielle toutes les informations qui ne sont ni connues de tous ni accessibles au public. Cette obligation de confidentialité existe avant même le début du contrat et perdure au-delà de la fin de celui-ci. Toutefois, les données à des fins de statistiques publicitaires citées sous 3.4 représentent une exception.

8. Garantie et responsabilité

Swisscom garantit une meilleure reproduction du moyen publicitaire conforme au standard technique usuel. Pour sa part, le partenaire contractuel prend acte du fait qu'il n'est pas possible selon l'état de la technique de permettre en tout temps la reproduction totalement exempte de défauts d'un moyen publicitaire.

Swisscom ne se porte pas garante pour une disponibilité sans interruption et sans dérangement des moyens publicitaires sur ses supports publicitaires.

Du reste, Swisscom n'est pas tenue de vérifier la conformité à la législation, l'exactitude, l'actualité, l'exhaustivité, la qualité et/ou l'absence d'erreurs des moyens publicitaires ou contenus mis à disposition et décline toute responsabilité à cet égard.

Aussi Swisscom ne garantit-elle pas l'exactitude, l'actualité et l'exhaustivité des informations accessibles via ses propres plateformes publicitaires.

Le partenaire contractuel et Swisscom répondent réciproquement des dommages causés intentionnellement ou par négligence. Les parties répondent, de manière illimitée, des dommages causés intentionnellement ou par négligence grave. En cas de négligence légère, elles répondent des dommages corporels de manière illimitée et des dommages matériels jusqu'à concurrence de CHF 50'000.– par sinistre.

Dans tous les cas et sauf disposition légale contraire, la responsabilité pour des dommages indirects, un dommage purement pécuniaire, des chiffres d'affaires perdus et un manque à gagner est rejetée.

La responsabilité de Swisscom est exclue lorsque la fourniture de ses prestations est momentanément suspendue, partiellement ou totalement limitée ou rendue impossible en cas de force majeure. Par cas de force majeure, on entend notamment les pannes de courant et des logiciels malveillants (par ex. attaque par un virus).

Swisscom n'est pas responsable des abus causés par des tiers (p. ex. pirates, expéditeurs de virus informatiques, etc.), des failles dans la sécurité du réseau de télécommunication et d'Internet, des frais des éventuelles prestations d'assistance de l'annonceur ou de l'agence ou bien de tiers mandatés par ces derniers à cet effet.

Si les moyens publicitaires ne se trouvent pas sur un serveur de Swisscom, mais sont livrés par le serveur d'un tiers (procédure de redirection) et si le partenaire contractuel met à la disposition de Swisscom le moyen publicitaire par l'entremise de la communication de l'URL du moyen publicitaire sur le serveur du partenaire contractuel ou du tiers, Swisscom n'assume aucune responsabilité pour la livraison des données via Internet et pour les autres risques qui en découlent, p. ex. la livraison exempte de défaut, la qualité du moyen publicitaire et la sécurité des données.

Si Swisscom, un membre d'organe ou un collaborateur de Swisscom est attaqué en justice en matière de droit pénal, civil ou administratif à cause de l'illégalité des informations de l'annonceur ou de l'agence ou à cause du manque de l'approbation de tiers, le partenaire contractuel libère l'ensemble des concernés de toute prétention et répond du dommage survenu. Dans tous les cas, le partenaire contractuel est obligé de prendre en charge tous les frais judiciaires et extrajudiciaires occasionnés en relation avec les prétentions de tiers ou la procédure des autorités. Les droits à réparation demeurent réservés. De surcroît, le partenaire contractuel s'engage à soutenir Swisscom lorsqu'elle est appelée à se défendre contre de telles prétentions.

Tant que Swisscom est tenue de verser des dommages-intérêts, elle a à présenter le partenaire contractuel comme si le contrat n'a jamais été signé (intérêt négatif); en effet, les dommages-intérêts sont exclus pour non-exécution.

9. Durée du contrat, droit de dénonciation, report de date et résiliation

9.1. Durée contractuelle

L'entrée en vigueur et la durée du contrat résultent du mandat publicitaire.

9.2. Droit de dénonciation / annulation

Selon son appréciation et dans les différents cas justifiés, Swisscom peut accorder un droit de dénonciation à l'annonceur ou à l'agence. Dans ces cas justifiés, une annulation sans frais d'un mandat publicitaire est accordée jusqu'à 11 jours ouvrables au plus tard avant la date de mise en ligne convenue de la publicité (lancement de la campagne). L'annulation requiert la forme écrite (un e-mail suffit) et doit comporter une justification compréhensible de ladite annulation. Il n'est point possible de procéder à une annulation téléphonique ou orale.

En l'espace des 10 derniers jours ouvrables avant le lancement convenu de la campagne, la dénonciation justifiée de la part du partenaire contractuel n'est possible que contre une indemnité proportionnelle (peine conventionnelle) calculée en fonction de la valeur nette du mandat publicitaire concerné:

- Entre 10 et 6 jours ouvrables: 25%
- Entre 5 et 3 jours ouvrables: 50%
- Moins de 3 jours ouvrables avant le lancement de la campagne: 100%
- Après la mise en ligne: 100%

Si Swisscom considère la dénonciation comme injustifiée, elle n'est accordée à aucun moment.

9.3. Report de date

Le report écrit d'une date de mise en ligne convenue n'est possible que jusqu'à 11 jours ouvrables avant la date de mise en ligne prévue initialement et est soumis à une réserve des capacités disponibles.

9.4. Fin des contrats à durée déterminée

En cas de durée fixée clairement dans le mandat publicitaire, le contrat prend fin automatiquement à l'issue de la durée prévue.

9.5. Résiliation de contrats à durée minimale ou de contrats à durée indéterminée

S'agissant d'une durée contractuelle minimale fixée dans le mandat publicitaire, chaque partie peut résilier par écrit le contrat pour la fin de la durée contractuelle minimale moyennant un préavis de 30 jours. Si le contrat n'est pas résilié pour la fin de la durée contractuelle minimale, il se prolonge automatiquement pour une durée indéterminée et peut être résilié par écrit pour la fin de chaque mois moyennant un préavis de 60 jours. Il en va de même pour les contrats à durée indéterminée sans durée contractuelle minimale.

9.6. Résiliation pour justes motifs

Le droit de résiliation pour de justes motifs demeure réservé. Swisscom peut résilier le contrat sans préavis et suspendre la mise en ligne des moyens publicitaires avec effet immédiat lorsque le partenaire contractuel ne paie pas à temps la rémunération due, viole les présentes CG ou d'autres règles de comportement ou abuse de la prestation de service à des fins illégales ou contraires aux bonnes mœurs. Les dommages-intérêts et d'autres droits demeurent réservés.

En cas de résiliation extraordinaire de la part de Swisscom et nonobstant les autres obligations juridiques éventuelles, le partenaire contractuel doit rembourser à Swisscom la différence entre les rabais de volume accordés éventuellement et le rabais tel qu'il se calcule après la résiliation en fonction du volume effectivement acheté.

10. Modifications

Swisscom est libre d'effectuer des modifications de prix, d'adapter les présentes CG, de modifier à tout moment ses espaces publicitaires et de les supprimer, en partie ou en totalité, de son offre.

Des modifications de prix par rapport aux tarifs publiés sont à tout moment possibles. Mais elles ne sont pas applicables aux mandats publicitaires conclus et juridiquement valables. Les adaptations de prix induites par une modification des taxes (p. ex. augmentation de la taxe sur la valeur ajoutée) ne sont pas considérées comme des hausses de prix.

Un développement d'un espace publicitaire ou une adaptation adéquate d'un moyen publicitaire pour des raisons objectives ne passe pas pour une modification de contrat. L'adéquation d'un développement ou d'une adaptation — p. ex. dans le cadre d'une réorganisation d'un support publicitaire — est supposée.

11. Forme écrite

Pour être valables juridiquement, les modifications et compléments du contrat y compris les modifications de cette clause requièrent la forme écrite.

12. Clause de sauvegarde

Si une ou plusieurs dispositions des présentes CG devaient être ou devenir nulles ou inapplicables, la validité de tous les autres dispositions ou accords n'en est pas affectée en cas de doute. Une nouvelle règle se rapprochant le plus possible de la finalité économique de la disposition invalide, d'une manière juridiquement acceptable, doit remplacer les dispositions nulles. Le même principe s'applique si des lacunes à combler apparaissent.

13. Transfert à des tiers

Le transfert à un tiers des droits et obligations d'une partie découlant du présent contrat n'est possible qu'avec l'accord écrit de l'autre partie. N'est pas concerné par cette obligation de demander l'autorisation le transfert de tout le contrat à un successeur légal et au sein du groupe; un tel transfert doit être communiqué par écrit à l'autre partie.

14. For

Le présent contrat est soumis au droit suisse. Le for exclusif est Berne. Les autres fors obligatoires sont réservés.

Etat janvier 2013