

Conditions générales

1. CHAMP D'APPLICATION, FORME, OBJET ET CONCLUSION DU CONTRAT

- 1.1 Les présentes conditions générales s'appliquent à tout contrat ou commande de location d'espaces publicitaires (ci-après, le contrat) passé entre TP Publicité SA et ses clients (ci-après dénommés « annonceurs »), dont elles font partie intégrante. En cas de contradiction, le contrat passé entre TP Publicité SA et le client prime.
- 1.2 Les dispositions complémentaires ainsi que celles qui dérogent, aux présentes, figurent dans les conditions générales des filiales ou sociétés affiliées.
- 1.3 Le contrat a pour objet la location de surfaces publicitaires. Les frais de graphisme, impression et aires sont à la charge de l'annonceur.
- 1.4 Le contrat de location de surfaces publicitaires n'est valable qu'en la forme écrite.
- 1.5 Toute dérogation aux présentes conditions générales doit impérativement revêtir la forme écrite.
- 1.6 Le contrat est conclu lorsque TP Publicité SA confirme la commande aux annonceurs par écrit et lorsque le contrat est signé par les deux parties.
- 1.7 TP Publicité SA se réserve le droit de refuser ou de retirer, unilatéralement, toute annonce ou message publicitaire.
- 1.8 TP Publicité SA se réserve le droit d'assortir son acceptation à certaines conditions ; le contenu du message doit respecter l'article 3.

2. ESPACES PUBLICITAIRES

- 2.1 Les espaces publicitaires, proposés à la location, sont constitués des surfaces et des dispositifs faisant partie intégrante des véhicules en exploitation, ainsi que des installations fixes et parties des bâtiments formant l'infrastructure d'exploitation de ces véhicules, propriété de tiers ayant conféré à TP Publicité SA le droit de les utiliser à des fins de commercialisation publicitaire uniquement.
- 2.2 Le descriptif et les caractéristiques techniques de ces espaces publicitaires peuvent être consultés au siège de TP Publicité SA qui se réserve le droit de modifier en tout temps les formats, les supports ou les durées d'exposition de ceux-ci.

3. CONTENU DU MESSAGE PUBLICITAIRE

- 3.1 Toute annonce doit permettre, de manière claire et univoque, d'identifier l'annonceur.
- 3.2 La responsabilité du contenu et de la forme du message publicitaire incombe exclusivement à l'annonceur et/ou à son mandataire. Les réservations devront donc impérativement mentionner la nature juridique de l'annonceur, celle des organes pouvant le représenter, ainsi que le secteur d'activité concerné.
- 3.3 L'annonceur doit notamment garantir le respect inconditionnel des dispositions légales fédérales, cantonales et communales, des réglementations des branches, ainsi que des présentes conditions générales et des clauses de déontologie.
- 3.4 L'annonceur doit informer du caractère politique ou confessionnel d'une publicité, ou de tout autre objet pouvant être considéré comme sensible.
- 3.5 TP Publicité SA peut, en tout temps, exiger la présentation préalable des projets et des messages publicitaires. Si un tiers met en cause la responsabilité de TP Publicité SA en raison du contenu, l'annonceur est tenu d'indemniser tout dommage direct et indirect subi par TP Publicité SA.
- 3.6 Le message publicitaire ne peut comporter, sans autorisation de TP Publicité SA, des références à un annonceur tiers, selon le principe du « buy back », notamment sous forme de raisons sociales, marques, sigles ou produits.
- 3.7 La location d'espaces publicitaires par TP Publicité SA est soumise au respect des « clauses de déontologie » faisant partie intégrante des présentes conditions générales.
- 3.8 En cas de doute quant à l'interprétation de ces clauses, le comité d'éthique de TP Publicité SA sera consulté.
- 3.9 Dans l'hypothèse d'un refus d'un message publicitaire, TP Publicité SA prévient l'annonceur, par écrit ou par e-mail et peut lui suggérer des modifications pour autant qu'il ne s'agisse pas d'un refus au sens de l'art.1 al.1.7. A défaut pour l'annonceur de remédier à cette situation dans un délai raisonnable, soit au maximum 7 jours (week-end et jours fériés inclus), dès la date de réception du courrier précité, TP Publicité SA est fondée à refuser de mettre à disposition les espaces publicitaires et à exiger le paiement intégral du prix et des taxes convenues, pour la location de ces espaces sans que l'annonceur puisse prétendre à une quelconque indemnisation.

3.10 En cas d'une injonction administrative ou judiciaire de procéder au retrait des messages publicitaires, l'annonceur n'est pas délié de ses obligations envers TP Publicité SA.

3.11 Si TP Publicité SA ou l'un de ses collaborateurs fait l'objet d'une poursuite pénale, civile ou administrative consécutive à une annonce ou un message publicitaire ne respectant pas les dispositions légales en vigueur, l'annonceur doit relever la partie concernée de toutes les prétentions et répondre du dommage, y compris les frais de représentation et de justice ainsi qu'un éventuel tort moral.

4. PROTECTION DES DONNÉES

4.1 TP Publicité SA traite des données qui lui sont confiées par l'annonceur de manière confidentielle. Elle les utilise exclusivement aux fins de conclusion et d'exécution du contrat, ainsi que pour la gestion de la relation client et à des fins statistiques.

5. PROCÉDURE D'EXPLOITATION

5.1 Commande

- TP Publicité SA remet à l'annonceur un contrat, comportant les conditions particulières applicables aux supports réservés, les quantités et types d'espaces publicitaires, leur prix, leur période d'exposition, ainsi que les délais et lieux de livraison du matériel publicitaire.
- L'annonceur retourne à TP Publicité SA, au plus tard une semaine avant le début de l'affichage de la campagne, le document muni de la signature des personnes autorisées, lequel vaut accord contractuel. Les télécopies et courriers électroniques sont admis, pour autant qu'ils soient validés, dans le délai indiqué ci-dessus, par l'envoi du contrat muni des signatures des personnes autorisées.
- L'application de l'art. 3 al.3.9 demeure réservée.
- A défaut de retourner le contrat signé, dans un délai une semaine avant le début de l'affichage de la campagne, l'annonceur est réputé avoir renoncé à la réservation des espaces publicitaires concernés.
- Sauf convention contraire expresse, la commande ne porte jamais sur des lignes ou des parcours déterminés. En particulier, aucune garantie n'est donnée quant à l'affectation de véhicules habillés du message publicitaire sur des lignes déterminées.

5.2 Résiliation de la commande

- L'annonceur a la faculté de résilier sa commande, par lettre recommandée adressée à TP Publicité SA, aux conditions suivantes :
- Jusqu'à 17 semaines, avant la période d'exposition commandée, moyennant le paiement de 5% du prix convenu ;
- Entre 16 et 9 semaines, avant la période d'exposition commandée, moyennant le paiement de 10% du prix convenu ;
- Entre 8 et 7 semaines, avant la période d'exposition commandée, moyennant le paiement de 50% du prix convenu ;
- A partir de 6 semaines, avant la période d'exposition commandée ou après le début de l'exposition, moyennant le paiement de la totalité du prix convenu.

5.3 Exécution et modification de la commande

- L'annonceur livre, à ses frais, le matériel publicitaire, impérativement réalisé sur des matériaux agréés, au lieu et à la date stipulés dans le contrat. On entend par « matériaux agréés », les matériaux exigés par TP Publicité SA, dont la liste est disponible sur le site www.tppub.ch ou sur demande.
- Tout dommage occasionné par une livraison tardive, défectueuse, non conforme aux exigences techniques ou aux présentes conditions générales sera supporté par l'annonceur, qui devra, en outre, s'acquitter du montant de la commande, même si tout ou partie de celle-ci n'a pu être exécutée.
- Tout message publicitaire, non conforme aux conditions générales et aux clauses de déontologie, sera relevé, sans préavis, par TP Publicité SA ; les frais de démontage seront à la charge exclusive de l'annonceur.
- Les modifications du contenu du message selon l'article 3, déjà en cours de diffusion, doivent être approuvées par TP Publicité SA.
- Tout changement dans les dates de diffusions doit être validé et approuvé par TP Publicité SA, notamment en

fonction des disponibilités, des impératifs d'ordre techniques ou de la main d'œuvre disponible.

- Toutes les modifications, pouvant entraîner des coûts supplémentaires, sont à la charge de l'annonceur.
- TP Publicité SA se réserve le droit d'avancer ou de retarder la période d'exposition du message publicitaire, d'une durée d'une semaine au plus, (pour des raisons techniques notamment) ; la durée d'exposition restant inchangée.
- TP Publicité SA remplacera d'office les espaces publicitaires indisponibles (y compris, ceux dont l'efficacité est réduite durablement), par d'autres emplacements équivalents. A défaut, TP Publicité SA remettra à l'annonceur une note de crédit correspondante.
- Ces modifications excluent tous dommages-intérêts en faveur de l'annonceur et ne fondent pas celui-ci à se départir du contrat.

6. INTERRUPTIONS DE DIFFUSION

- 6.1 Les interruptions passagères de diffusion, quel qu'en soit l'origine, ne fondent aucune créance en indemnisation en faveur de l'annonceur.
- 6.2 En cas d'interruption de diffusion supérieure à 10% de la durée totale de location réservée, non imputable à l'entretien courant des véhicules, la location est prolongée de la durée d'interruption, si les disponibilités des espaces publicitaires le permettent. Dans le cas contraire, le prix contractuel sera diminué en proportion. Toute indemnisation supplémentaire en faveur de l'annonceur est exclue.
- 6.3 Un affichage défectueux ou altérant notablement le sens et la portée du message publicitaire pourra donner lieu au remplacement par un espace publicitaire équivalent.

7. TARIF DE LOCATION

- 7.1 Les prix de location des espaces publicitaires sont ceux figurant sur le document intitulé « tarif ».
- 7.2 TP Publicité SA peut modifier ses prix en tout temps.
- 7.3 Les prix de référence sont exprimés hors taxes et en francs suisses.
- 7.4 Les prix de location n'incluent pas :
- Les taxes et droits de douane ;
 - Les frais pour travaux supplémentaires ;
 - Les frais techniques pour modifications de sujet ;
 - Les frais de remise en état ;
 - Les frais pour des livraisons tardives ou non conformes (voir liste des matériaux agréés) ;
 - Les injonctions judiciaires ou administratives.
- De tels frais sont à la charge exclusive de l'annonceur, en sus du prix de vente.

8. FACTURATION ET PAIEMENT

- 8.1 Les montants facturés par TP Publicité SA sont exigibles et payables à 30 jours nets, dès la date de la facture, sans escompte.
- 8.2 Le paiement doit exclusivement s'effectuer par versements bancaires.
- 8.3 En cas d'arriérés ou de défaut de paiement, TP Publicité SA refusera une nouvelle campagne.
- 8.4 En cas de retard de paiement, les frais de rappels suivants seront automatiquement facturés à l'annonceur :
- Pour le 1er rappel, les frais s'élèvent à CHF 5.-, moyennant le respect d'un délai de paiement de 10 jours ;
 - Pour le 2ème rappel, les frais s'élèvent à CHF 10.-, moyennant le respect d'un délai de paiement de 10 jours ;
 - Pour le 3ème rappel, les frais s'élèvent à CHF 35.-, moyennant le respect d'un délai de paiement de 5 jours.
- 8.5 En cas de demeure de l'annonceur, TP Publicité SA procédera au retrait des messages publicitaires en cours.
- 8.6 Les dommages-intérêts sont réservés.
- 8.7 Doivent notamment payer un acompte de 30 % du montant total de la commande :
- Les associations ;
 - Les annonceurs ayant leur domicile ou leur siège à l'étranger.

9. RESPONSABILITÉ, ASSURANCE ET MATÉRIEL

- 9.1 La responsabilité de TP Publicité SA est limitée au montant du contrat.
- 9.2 TP Publicité SA exclut toute responsabilité, en cas de perte, de vol, vandalisme, pollution ou de dégradations de quelque nature que ce soit ayant pour cible les messages publicitaires de l'annonceur et des moyens techniques correspondants.
- 9.3 Sauf instructions expresses contraires écrites, TP Publicité

SA dispose librement du matériel subsistant après la période d'exposition.

10. CONTRÔLE, MATÉRIEL PHOTO

- 10.1 Sauf accord préalable, TP Publicité SA ne fournit pas les détails relatifs à la présence et aux parcours des véhicules comportant les messages publicitaires de l'annonceur.
- 10.2 Toute contestation relative à une éventuelle exécution non conforme à la commande devra être communiquée sans délai à TP Publicité SA.
- 10.3 Sur demande, TP Publicité SA peut fournir à l'annonceur des photos de campagnes réalisées. Elles sont facturées au prix coûtant.

11. CLAUSE DE CRISE

- 11.1 En cas d'événements graves, tels que guerre, troubles sociaux, politiques, catastrophe naturelle, modification des lois et normes relatifs à l'activité publicitaire, les conditions contractuelles seront révisées de manière à préserver les intérêts des deux parties.

12. DIVERS

- 12.1 Les présentes conditions générales remplacent toutes les conditions générales antérieures de TP Publicité SA. TP Publicité SA se réserve à tout moment le droit d'apporter des modifications aux présentes conditions générales.
- 12.2 Les clauses de déontologie font partie intégrante des conditions générales.
- 12.3 En cas de litige, la version en vigueur au moment de la conclusion du contrat est applicable.

13. DROIT APPLICABLE ET FOR JURIDIQUE

- 13.1 Les relations entre TP Publicité SA et les annonceurs sont régies par le droit suisse.
- 13.2 SOUS RÉSERVE DE RECOURS AU TRIBUNAL FEDERAL, SEULS LES TRIBUNAUX GÉNOVOIS SONT COMPÉTENTS POUR CONNAÎTRE DES LITIGES RESULTANT DE L'INTERPRÉTATION OU DE L'INEXÉCUTION DES CONTRATS SOUMIS AUX PRÉSENTES CONDITIONS GÉNÉRALES.

Clauses de déontologie

1. MESSAGES PUBLICITAIRES REFUSÉS

Sont refusés les messages publicitaires

1.1 De nature à nuire aux intérêts des tiers propriétaires des supports ou à l'exécution de leur mandat ou qui auraient un effet préjudiciable pour leur image.

1.2 Pour le tabac.

1.3 Pour les boissons alcoolisées et/ou établissements vendant des boissons alcoolisées, à Lausanne.

1.4 Pour la publicité politique, à Lausanne.

1.5 Pour la publicité confessionnelle, à Lausanne.

1.6 De mauvais goût, inesthétiques ou outranciers.

On entend par « message publicitaire de mauvais goût, inesthétique ou outrancier », tout message publicitaire susceptible de porter atteinte à l'ordre public ou de heurter l'opinion publique. Sont, en particulier, considérés comme tels les messages publicitaires dont le traitement induit une incitation à l'usage des drogues, à la violence, au désordre public, à la pornographie ; ceux utilisant un vocabulaire grossier ou des supports visuels de nature à choquer le public, ceux exploitant des thèmes portant sur des craintes, peurs ou les suscitant, ceux exploitant la crédulité des consommateurs.

1.7 Constitutifs d'actes de concurrence déloyale.

1.8 Interdits par des dispositions législatives ou réglementaires cantonales ou fédérales dans la mesure de cette interdiction.

2. MESSAGES PUBLICITAIRES ACCEPTÉS, MOYENNANT LE RESPECT DES CONDITIONS FIXÉES AUX ART 2.1 à 2.4.

2.1 Publicité politique à Genève

- 2.1.1 L'annonceur doit être un parti, un groupement politique suisse ou une association au sens des articles 60 et suivants du Code civil et être dûment représenté conformément à la loi et à ses statuts.
- 2.1.2 La décision de TP Publicité SA de mettre à disposition un espace publicitaire dans le cadre de l'article 2.1 s'inscrit dans le respect des règles démocratiques et n'est pas fonction de l'orientation politique du message.

2.2 Publicité confessionnelle à Genève

- 2.2.1 L'annonceur doit être une confession ou une église officiellement reconnue selon les critères communément admis en Suisse.
- 2.2.2 Les messages publicitaires ne doivent porter que sur des événements ; ceux pouvant être assimilés à du prosélytisme sont d'emblée refusés. De même, tout message publicitaire à caractère confessionnel susceptible de heurter la sensibilité de groupements confessionnels ou d'Églises, même non reconnus officiellement en Suisse, peut être refusé.
- 2.2.3 En cas de doute sur la qualité de l'annonceur, TP Publicité SA consultera le comité d'éthique ou le Département des Infrastructures (DI).

2.3 Lignes téléphoniques à surtaxes et salons érotiques

- 2.3.1 Tout message relatif à des lignes téléphoniques à surtaxes et salons érotiques peut être refusé.

2.4 Publicité pour boissons à faible teneur d'alcool, à Genève

- 2.4.1 Le taux d'alcool ne doit pas dépasser les 15% de volume.

2.5 Conditions communes aux publicités politiques, confessionnelles, pour les lignes téléphoniques à surtaxes, salons érotiques et publicités pour boissons à faible teneur d'alcool, en plus des modalités aux art. 2.1 à 2.4.

- 2.5.1 Le message publicitaire ne peut être comparatif ; il est sobre et court.
- 2.5.2 Les offres (espaces, tarifs) de TP Publicité SA sont proposées de manière identique à tous les annonceurs. Les commandes seront enregistrées en fonction des disponibilités, en vertu du principe comptable « FIFO » (first in, first out).
- 2.5.3 Les messages publicitaires doivent être soumis à TP Publicité SA, au moins 20 jours avant le début de l'affichage de la campagne pour accord.
- 2.5.4 Un délai supplémentaire d'approbation est expressément réservé.
- 2.5.5 Les présentes clauses de déontologie annulent et remplacent tout document équivalent antérieur.