

## 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 ainsi que sa/ses filiale/s (ci-après dénommée TP Pub) et ses clients (ci-après dénommés «annonces»), dont elles font partie intégrante. En cas de contradiction, le contrat passé entre TP Pub et le client prime. Les dispositions complémentaires ainsi que celles qui dérogent aux présentes figurent dans les conditions générales des filiales ou sociétés affiliées.
- 1.2 Le contrat a pour objet la location de surfaces publicitaires, les frais de graphisme, impression et autre sont à la charge de l'annonceur.
- 1.3 Le contrat de location de surfaces publicitaires n'est valable qu'en la forme écrite.
- 1.4 Toute dérogation aux présentes conditions générales doit impérativement revêtir la forme écrite.
- 1.5 Le contrat est conclu lorsque TP Pub confirme la commande aux annonceurs par écrit/ou lorsque le contrat est signé par les parties.
- 1.6 TP Pub se réserve le droit de refuser toute annonce ou message publicitaire non conforme au § 3.3 à 3.5 ou d'assortir son acceptation de conditions.

### 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 Pub 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 Pub qui se réserve le droit de modifier en tout temps le format, le support ou la durée d'exposition de ceux-ci.

### 3. CONTENU DU MESSAGE PUBLICITAIRE

- 3.1 Toute annonce doit permettre, de manière claire et univoque, d'identifier à première vue 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 les présentes conditions générales et des clauses de déontologie.
- 3.4 L'annonceur doit informer du caractère politique ou confessionnel d'une publicité.
- 3.5 TP Pub peut, en tout temps, exiger la présentation préalable des projets et des messages publicitaires. TP Pub ne procède pas au contrôle du contenu des moyens publicitaires, mais se réserve le droit, en cas de doute, de vérifier et de refuser l'affichage selon sa propre appréciation. Si un tiers met en cause la responsabilité de TP Pub en raison du contenu, l'annonceur est tenu d'indemniser tout dommage direct et indirect subi par TP Pub.
- 3.6 Le message publicitaire ne peut comporter, sans autorisation de TP Pub, de 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 Pub 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, l'annonceur consulte le service compétent de TP Pub.
- 3.9 Dans l'hypothèse d'un refus de publication d'une publicité ou un message publicitaire selon § 1.5, TP Pub en prévient l'annonceur par écrit ou par e-mail et lui suggère les modifications requises. À 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 Pub est fondée à refuser de mettre à disposition les espaces publicitaires et à exiger le paiement du prix et des taxes convenus pour la location de ces espaces sans que l'annonceur puisse prétendre

à une quelconque indemnisation. Cela vaut également lorsque TP Pub refuse la publication pour des raisons juridiques.

- 3.10 De même, une injonction administrative ou judiciaire de procéder au retrait des messages publicitaires ne délie pas davantage l'annonceur de ses obligations envers TP Pub.
- 3.11 Si TP Pub 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

TP Pub traite les 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 Pub 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.
- 5.2 L'annonceur retourne à TP Pub, 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 § 3.9 demeure réservée.
- 5.3 A défaut de retourner le contrat signé dans le délai indiqué au § 5.2, l'annonceur est réputé avoir renoncé à la réservation des espaces publicitaires concernés.
- 5.4 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.

### Résiliation de la commande

- 5.5 L'annonceur a la faculté de résilier sa commande par lettre recommandée adressée à TP Pub, 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 ;
  - À partir de 6 semaines avant la période d'exposition commandée, moyennant le paiement de la totalité du prix convenu.

### Exécution de la commande

- 5.6 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 et fournisseurs agréés», les matériaux requis et fournisseurs sélectionnés par TP Pub dont la liste est disponible sur le site [www.tppub.ch](http://www.tppub.ch) ou sur demande.
- 5.7 Tout dommage occasionné par une livraison tardive, défectueuse, non conforme aux requis 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. En particulier, tout message publicitaire non conforme aux conditions générales et aux clauses de déontologie sera enlevé, sans préavis, par TP Pub ; les frais d'enlèvement étant à la charge exclusive de l'annonceur. Moyennant supplément à charge de l'annonceur, des dates de pose différentes tout comme des modifications dans l'objet ou les images du message publicitaire en cours d'exposition pourront être convenues entre TP Pub et l'annonceur en fonction des disponibilités et des impératifs d'ordre technique.

### Modifications de la commande

- 5.9 TP Pub se réserve le droit d'avancer ou de retarder la période d'exposition du message publicitaire d'une durée d'une semaine

ou plus, (pour des raisons techniques notamment), la durée d'exposition restant inchangée.

- 5.10 TP Pub remplacera d'office les espaces publicitaires indisponibles (en ce compris, ceux dont l'efficacité est réduite durablement), par d'autres emplacements équivalents. A défaut, TP Pub remettra à l'annonceur une note de crédit correspondante.
- 5.11 Ces modifications excluent tous dommages-intérêts en faveur de l'annonceur et ne fondent pas celui-ci à se départir du contrat.

### 6. INTERRUPTIONS D'EXPLOITATION; GARANTIE EN CAS DE DÉFAUT

- 6.1 Les interruptions passagères d'exploitation quel qu'en soit l'origine ne fondent aucune créance en indemnisation en faveur de l'annonceur.
- 6.2 En cas d'interruption d'une durée supérieure à 10% de la durée totale de location réservée, non imputable à l'entretien courant des véhicules, la durée de location est prolongée de la durée d'interruption si les disponibilités des espaces publicitaires le permettent ; dans le cas contraire, le prix convenu 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 ne peut donner lieu qu'au remplacement par un espace publicitaire équivalent ou au remboursement du prix facturé, à l'exclusion de tous dommages-intérêts.

### 7. TARIF DE LOCATION

- 7.1 Les prix de location des espaces publicitaires sont ceux figurant sur le document intitulé « tarif », la dernière version officielle publiée sur le site internet de TP Pub faisant foi.
- 7.2 Les prix de référence sont exprimés hors taxes et en francs suisses, qui demeurent la devise de référence contractuelle en cas d'offre dans une autre devise. Restent à la charge exclusive de l'annonceur, en sus du prix de vente, les taxes et droits, notamment taxe à la valeur ajoutée, droits de douane, frais supplémentaires pour livraison tardive ou incorrecte de la publicité, frais d'expédition et de transport, frais de remise en état, les frais pour travaux supplémentaires, tels que changements de sujet, etc.
- 7.3 TP Pub peut modifier ses prix en tout temps; les nouveaux prix s'appliqueront dès l'entrée en vigueur annoncée sur le site Internet de TP Pub.
- 7.4 Les prix de location n'incluent pas les frais techniques, notamment créations, impressions, expéditions, travaux supplémentaires tels qu'assemblage d'affiches en plusieurs parties, modifications de sujet ou frais supplémentaires occasionnés notamment par des livraisons tardives ou non conformes (voir liste des matériaux agréés) ou encore par des injonctions judiciaires ou administratives. De tels frais feront l'objet d'une facturation distincte.

### 8. FACTURATION ET PAIEMENT

- 8.1 Les montants facturés par TP Pub sont exigibles et payables à 30 jours nets dès la date de la facture, sans escompte.
- 8.2 En cas de défaut de paiement à l'issue du délai mentionné au point 8.1, des frais de rappels seront automatiquement facturés à l'annonceur :
  - Pour le 1er rappel, les frais s'élèvent à CHF 10.- moyennant le respect d'un délai de paiement de 10 jours
  - Pour le 2ème rappel, les frais s'élèvent à CHF 20.- 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
- 8.3 A compter de l'échéance du délai de paiement fixé par le 3ème rappel, l'annonceur est réputé être en demeure et TP Pub est fondée à procéder au retrait des messages publicitaires correspondants et à poursuivre le recouvrement de la facture en souffrance. Les dommages-intérêts sont réservés.
- 8.4 En cas de demeure de l'annonceur avant l'exécution de la commande, TP Pub est fondée à refuser l'exécution si elle ne reçoit pas de paiement ou de garantie bancaire avant la période d'exposition concernée. Les dommages-intérêts sont réservés.
- 8.5 Pour les commandes émanant d'annonceurs dont le domicile ou le siège est à l'étranger, un acompte de 30% du montant total de la commande est dû dès la signature du contrat de location d'es-

paces publicitaires. Le solde sera facturé à l'annonceur après l'exécution de la prestation par TP Pub. Les délais de paiement sont définis aux points 8.1 à 8.4.

Tout acompte versé auprès de TP Pub sera conservé en cas de résiliation de la commande par l'annonceur intervenant entre la signature du contrat et l'exécution de la prestation. Dans ce cas, le montant de l'acompte perçu par TP Pub est déduit des pénalités dues au titre de l'art. 5.5 des présentes conditions générales. De surcroît, le paiement de dommages et intérêts demeure réservé.

En cas de paiement de la totalité du montant de la commande par l'annonceur intervenant avant l'affichage mais au plus tard 10 jours après la signature du contrat, un escompte de 2% sera appliqué.

### 9. RESPONSABILITÉ, ASSURANCE ET MATÉRIEL

- 9.1 La responsabilité de TP Pub est limitée au montant du contrat (pour les contrats conclus sur plusieurs années), cette responsabilité est calculée sur 1 année contractuelle) mais jusqu'à un montant maximal de CHF 10'000.-
- 9.2 TP Pub 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 S'il le souhaite, l'annonceur peut conclure une assurance spéciale «dégradations» auprès de TP Pub. Celle-ci fera l'objet d'une offre ad hoc de TP Pub.
- 9.4 Ni TP Pub ni leurs sous-traitants et mandataires n'assument de responsabilité pour le matériel entreposé chez eux. A cet effet, l'annonceur certifie être au bénéfice des assurances nécessaires couvrant ledit matériel, notamment en cas de sinistre ou de vol.
- 9.5 Sauf instructions expresses contraires écrites, TP Pub dispose librement du matériel subsistant après la période d'exposition.

### 10. CONTRÔLE, MATÉRIEL PHOTO

- 10.1 Sauf conclusion préalable d'une convention spéciale, TP Pub ne fournit pas de 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 Pub. Aucune réclamation ne sera admise après la fin de la période d'exposition concernée.
- 10.3 Sur demande, TP Pub peut fournir à l'annonceur des photos de campagnes réalisées par un photographe professionnel. 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 annulent et remplacent tout document équivalent antérieur.
- 12.2 Les présentes conditions générales peuvent être modifiées en tout temps par TP Pub, qui se réserve de les rendre immédiatement applicables aux commandes en cours.
- 12.3 Les clauses de déontologie font partie intégrante des conditions générales.
- 12.4 En cas de litige, la version en vigueur au moment de la conclusion du contrat est applicable

### 13. DROIT APPLICABLE & FOR JURIDIQUE

- 13.1 Les relations entre TP Pub et les annonceurs sont régies par le droit suisse
- 13.2 SOUS RESERVE DE RECOURS AU TRIBUNAL FÉDÉRAL, SEULS LES TRIBUNAUX GÉNÉRAUX 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 à Lausanne

### 1.4 Pour la publicité politique à Lausanne

### 1.5 Pour la publicité professionnelle 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 § 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 Pub 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 professionnelle 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'Eglises, même non reconnus officiellement en Suisse, peut être refusé.
- 2.2.3 En cas de doute sur la qualité de l'annonceur, TP Pub consultera le Département de justice police et sécurité.

#### 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, professionnelles, pour les lignes téléphoniques à surtaxes, salons érotiques et publicités pour boissons à faible teneur d'alcool en plus des incombances ou modalités § 2.1 à 2.4

- 2.5.1 Le message publicitaire ne peut être comparatif ; il est sobre et courtis.
- 2.5.2 Les offres (espaces, tarifs) de TP Pub 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 Pub 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.

### 3. Les présentes clauses de déontologie annulent et remplacent tout document équivalent antérieur.