



Conditions générales / Allgemeine Bedingungen

---

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

- 1.1 Les présentes conditions générales s'appliquent à tout contrat de location d'espaces publicitaires passé entre TPG Publicité SA et ses clients (ci-après dénommés « annonceurs »), dont elles font partie intégrante.
- 1.2 Le contrat de location d'espaces publicitaires n'est valable qu'en la forme écrite.
- 1.3 Toute dérogation aux présentes conditions générales doit impérativement revêtir la forme écrite.
- 1.4 TPG Publicité S.A. dénommée ci-après « TPGPub » 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 TPGPub le droit de les utiliser à des fins de commercialisation publicitaire.
- 2.2 Le descriptif et les caractéristiques techniques de ces espaces publicitaires peuvent être consultés au siège de TPGPub qui se réserve le droit de modifier en tout temps le format 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 TPGPub peut, en tout temps, exiger la présentation préalable des projets et des messages publicitaires.
- 3.4 Le message publicitaire ne peut comporter, sans autorisation de TPGPub, de références à un annonceur tiers selon le principe du « buy back », notamment sous forme de raisons sociales, marques, sigles ou produits.
- 3.5 La location d'espaces publicitaires par TPGPub est soumise au respect des « clauses de déontologie » faisant partie intégrante des présentes conditions générales.
- 3.6 En cas de doute quant à l'interprétation de ces clauses, l'annonceur consulte le service compétent de TPGPub.

- 3.7 Dans l'hypothèse d'une impossibilité d'accepter une publicité ou un message publicitaire selon § 1.4, TPGPub 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 de 7 jours dès la date du courrier précité, TPGPub est fondée à refuser de mettre à disposition les espaces publicitaires et à exiger le paiement du prix convenu pour la location de ces espaces.
- 3.8 De même, une injonction administrative ou judiciaire de procéder au retrait des messages publicitaires ne délie pas davantage l'annonceur de ses obligations envers TPGPub.
- 3.9 Si TPGPub ou l'un de ses collaborateurs fait l'objet d'une poursuite pénale, civile ou administrative en raison du fait qu'une annonce ou un message publicitaire ne respecte 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. PROCÉDURE D'EXPLOITATION

#### Commande

- 4.1 TPGPub 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.
- 4.2 L'annonceur retourne à TPGPub, 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.
- 4.3 A défaut de retourner le contrat signé dans le délai indiqué au § 4.2, l'annonceur est réputé avoir renoncé à la réservation des espaces publicitaires concernés.
- 4.4 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

- 4.5 L'annonceur a la faculté de résilier sa commande par lettre recommandée adressée à TPGPub, 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, moyennant le paiement de la totalité du prix convenu.

#### Exécution de la commande

- 4.6 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 TPGPub dont la liste est disponible sur le site [www.tpgpub.ch](http://www.tpgpub.ch) ou sur demande.
- 4.7 Tout dommage occasionné par une livraison tardive, défectueuse, non conforme aux réquisits 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 TPGPub ; les frais d'enlèvement étant à la charge exclusive de l'annonceur.
- 4.8 Moyennant supplément à charge de l'annonceur, des dates de pose différentes tout comme des modifications de sujet du message publicitaire en cours d'exposition pourront être convenues entre TPGPub et l'annonceur en fonction des disponibilités et des impératifs d'ordre technique.

#### Modifications de la commande

- 4.9 TPGPub se réserve le droit d'avancer ou de retarder la période d'exposition du message publicitaire d'une durée d'une semaine au plus, si des raisons techniques le commandent, la durée d'exposition restant inchangée.
  - 4.10 TPGPub remplacera d'office les espaces publicitaires indisponibles (en ce compris, ceux dont l'efficacité est réduite durablement), par d'autres emplacements équivalents. A défaut, TPGPub remettra à l'annonceur une note de crédit correspondante.
  - 4.11 Ces modifications excluent tous dommages-intérêts en faveur de l'annonceur et ne fondent pas celui-ci à se départir du contrat.
5. INTERRUPTIONS D'EXPLOITATION; GARANTIE EN CAS DE DÉFAUT
  - 5.1 Les interruptions passagères d'exploitation ne fondent aucune créance en indemnisation en faveur de l'annonceur.

- 5.2 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.
- 5.3 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.

### 6. TARIF DE LOCATION

- 6.1 Les prix de location des espaces publicitaires sont ceux figurant sur le document intitulé « tarif ».
- 6.2 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 valeur.
- 6.3 TPGPub peut modifier ses prix en tout temps; les nouveaux prix s'appliqueront dès l'entrée en vigueur annoncée sur le site Internet de TPGPub.
- 6.4 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.

### 7. FACTURATION ET PAIEMENT

- 7.1 Les montants facturés par TPGPub sont payables à 30 jours dès la date de la facture, sans escompte.
- 7.2 En cas de défaut de paiement, des intérêts au taux de 10 % l'an sont dus à compter du 20ème jour de carence ainsi que des frais de CHF 35.- HT par rappel.
- 7.3 A compter du 30ème jour de carence, l'annonceur est réputé être en demeure et TPGPub 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.
- 7.4 En cas de demeure de l'annonceur avant l'exécution de la commande, TPGPub 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.
- 7.5 Les commandes émanant d'annonceurs dont le domicile ou le siège est à l'étranger sont soumises à paiement préalable.

### 8. RESPONSABILITÉ, ASSURANCE ET MATÉRIEL

- 8.1 TPGPub exclut toute responsabilité en cas de déprédations de quelque nature que ce soit ayant pour cible les messages publicitaires de l'annonceur.
- 8.2 S'il le souhaite, l'annonceur peut conclure une assurance spéciale « déprédations » auprès de TPGPub.
- 8.3 Ni TPGPub ni leurs sous-traitants et mandataires n'assument de responsabilité pour le matériel entreposé chez eux.
- 8.4 Sauf instructions expresses contraires écrites, TPGPub dispose librement du matériel subsistant après la période d'exposition.

### 9. CONTRÔLE, MATÉRIEL PHOTO

- 9.1 Sauf conclusion préalable d'une convention spéciale, TPGPub ne fournit pas de détails relatifs à la présence et aux parcours des véhicules comportant les messages publicitaires de l'annonceur.
- 9.2 Toute contestation relative à une éventuelle exécution non conforme à la commande devra être communiquée sans délai à TPGPub. Aucune réclamation ne sera admise après la fin de la période d'exposition concernée.
- 9.3 Sur demande, TPGPub peut fournir à l'annonceur des photos de campagnes réalisées par un photographe professionnel. Elles sont facturées au prix coûtant.

### 10. CLAUSE DE CRISE

- 10.1 En cas d'événements graves, tels que guerre, troubles sociaux, politiques ou de catastrophe naturelle ou encore en cas de législation ou règlement restreignant l'activité publicitaire, les conditions contractuelles seront révisées de manière à préserver les intérêts des deux parties.

### 11. DIVERS

- 11.1 Les présentes conditions générales annulent et remplacent tout document équivalent antérieur.
- 11.2 Les présentes conditions générales peuvent être modifiées en tout temps par TPGPub, qui se réserve de les rendre immédiatement applicables aux commandes en cours.
- 11.3 Les clauses de déontologie font partie intégrante des conditions générales.

### 12. DROIT APPLICABLE & FOR JURIDIQUE

- 12.1 Les relations entre TPGPub et les annonceurs sont régies par le droit suisse
- 12.2 SOUS RESERVE DE RECOURS AU TRIBUNAL FEDERAL, SEULS LES TRIBUNAUX GÉNEVOIS SONT COMPÉTENTS POUR CONNAÎTRE DES LITIGES RESULTANT DE L'INTERPRÉTATION OU DE L'INEXÉCUTION DES CONTRATS SOUMIS AUX PRÉSENTES CONDITIONS GÉNÉRALES.

## 1. ANWENDUNGSBEREICH, FORM UND ABSCHLUSS DES VERTRAGS

- 1.1 Die vorliegenden allgemeinen Bedingungen gelten für jeden Vertrag für die Miete von Werbeflächen zwischen TPG Publicité S.A. und Ihren Kunden (nachstehend „Auftraggeber“ genannt), deren Sie integraler Bestandteil sind.
- 1.2 Der Mietvertrag für Werbeflächen ist nur gültig in schriftlicher Form.
- 1.3 Jede Abweichung von den vorliegenden allgemeinen Bedingungen muss unbedingt schriftlich abgefasst sein.
- 1.4 TPG Publicité S.A., nachstehend „TPGPub“ genannt, behält sich das Recht vor, jeden Auftrag der nicht mit den untenstehenden §§ 3.3. bis 3.5. übereinstimmt abzulehnen, oder die Annahme von Bedingungen abhängig zu machen.

## 2. WERBEFLÄCHEN

- 2.1 Die zur Vermietung angebotenen Werbeflächen bestehen aus Oberflächen und Vorrichtungen, die integrierender Bestandteil der betriebenen Fahrzeuge bilden, sowie aus festen Installationen, Teilen von Gebäuden für die Infrastruktur der betriebenen Fahrzeuge, die Eigentum Dritter sind, für die TPGPub das Recht auf Verwendung für Werbezwecke gewährt wird.
- 2.2 Die Beschreibung oder die technischen Eigenschaften dieser Werbeflächen kann man am Sitz von TPGPub einsehen. Diese behält sich das Recht vor, jederzeit deren Format oder Anzeigedauer zu ändern, ohne dass dem Auftraggeber irgendwelche Rechte zu seinen Gunsten entstehen.

## 3. INHALT DER WERBEBOOTSCHAFT

- 3.1 Bei jeder Werbung muss man den Auftraggeber klar, eindeutig und auf den ersten Blick erkennen.
- 3.2 Die Verantwortung für Inhalt und Form der Werbebotschaft liegt ausschliesslich beim Auftraggeber und/oder bei seinem Mandatär. In den Reservationen muss deshalb unbedingt Folgendes erwähnt sein: die rechtliche Qualität des Auftraggebers und der Organe, die ihn vertreten können, sowie der betroffene Aktivitätsbereich.
- 3.3 TPGPub kann jederzeit die vorgängige Präsentation von Projekten und Werbebotschaften verlangen.
- 3.4 Die Werbebotschaft darf, ohne Genehmigung der TPGPub, keine Hinweise auf dritte Auftraggeber haben, sowie das Prinzip von „buy back“, namentlich in Form von Firmennamen, Marken, Sigeln oder Produktennamen.
- 3.5 Bei der Vermietung von Werbeflächen durch TPGPub müssen die „Ethikklauseln“ respektiert werden, die integrierender Bestandteil dieser allgemeinen Bedingungen sind.
- 3.6 Gibt es Zweifel bei der Interpretation dieser Bestimmungen, wendet sich der Auftraggeber an den dafür kompetenten Dienst von TPGPub.

- 3.7 Im hypothetischen Fall, dass eine Werbung oder Werbebotschaft gemäss § 1.4 nicht angenommen werden kann oder den Bestimmungen der Berufspflicht zuwiderläuft, informiert TPGPub den Auftraggeber schriftlich oder per e-mail und schlägt ihm die erforderlichen Änderungen vor. Kann der Auftraggeber diese Anforderungen innerhalb 7 Tagen nach der schriftlichen Anweisung nicht erfüllen, hat TPGPub das Recht, die Werbeflächen nicht zur Verfügung zu stellen. Der Auftraggeber muss den Preis des Auftrags trotzdem begleichen.

- 3.8 Auch ein administrativer oder rechtlicher Befehl zum Rückzug der Werbebotschaften entbindet den Auftraggeber nicht von seinen Pflichten gegenüber TPGPub.

- 3.9 Falls TPGPub oder einer ihrer Mitarbeiter einem Straf-, Zivil- oder Verwaltungsverfahren unterfällt, weil die Werbebotschaft nicht den gesetzlich in Kraft stehenden Bestimmungen entspricht, muss der Auftraggeber die betreffende Partei von allen Ansprüchen befreien und den Schaden, einschliesslich die rechtliche Vertretung und Gerichtskosten, sowie gegebenenfalls eine Genugtuung begleichen.

## 4. BETRIEBSABLAUF

### Auftrag

- 4.1 TPGPub sendet dem Auftraggeber einen Vertrag. Dieser enthält die besonderen Bedingungen für die reservierten Werbemittel, Anzahl und Typ der Werbeflächen, ihr Preis, die Anzeigedauer sowie die Fristen und Lieferorte für das Werbematerial.
- 4.2 Spätestens eine Woche vor Beginn der Kampagne sendet ihn der Auftraggeber an TPGPub zurück, unterschrieben von ermächtigten Personen, damit er Vertragskraft hat. Es gelten auch Fax und E-Mail, sofern sie innerhalb der angegebenen Frist bei TPGPub durch Zusendung des Vertrags mit Unterschriften ermächtigter Personen für rechtsgültig erklärt werden.
- 4.3 Schickt der Auftraggeber den Vertrag nicht innerhalb der angegebenen Frist zurück (siehe unter § 4.2), geht man davon aus, dass er auf die Reservierung der betreffenden Werbeflächen verzichtet.
- 4.4 Ist es nicht ausdrücklich anders erwähnt, gilt der Auftrag nie für bestimmte Linien oder Strecken. Insbesondere gibt es keinerlei Garantie dafür, dass die mit der Werbebotschaft versehenen Fahrzeuge auf bestimmten Linien fahren.

### Rückzug des Auftrags

- 4.5 Gemäss den folgenden Bedingungen kann der Auftraggeber seinen Auftrag zurückziehen:
  - Bis 17 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer ohne Kosten. Im Wiederholungsfall bezahlt der Auftraggeber 5% des Betrags seiner Rechnung.

- Zwischen 16 und 9 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer über die Zahlung von 10% des Betrags seiner Rechnung.
- Zwischen 8 und 7 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer über die Zahlung von 50% des Betrags seiner Rechnung.
- Ab 6 Wochen vor der bestellten Anzeigedauer wird kein Rückzug mehr gewährt und der Preis des Auftrags wird fällig und zu 100% fakturiert.

### Ausführung des Auftrags

- 4.6 Der Auftraggeber liefert auf seine Kosten das Werbematerial am vertraglich festgelegten Datum an den vertraglich festgelegten Ort. Es muss unbedingt mit den vereinbarten Materialien hergestellt sein. Unter „zugelassenen Materialien und Lieferanten“ versteht man die erforderlichen Materialien und die von TPGPub ausgewählten Lieferanten. Deren Liste gibt es auf der Website [www.tppgpub.ch](http://www.tppgpub.ch) oder auf Anfrage.

- 4.7 Der Auftraggeber trägt sämtliche Mehrkosten für Lieferungen, die verspätet oder mangelhaft sind, nicht den technischen Erfordernissen oder diesen allgemeinen Bedingungen entsprechen. Er muss zudem den Betrag des Auftrags begleichen, auch wenn dieser teilweise oder gar nicht ausgeführt werden konnte. Vor allem entfernt TPGPub Werbebotschaften, die nicht den allgemeinen Bedingungen und Bestimmungen der Berufspflicht entsprechen. Die dafür entstandenen Kosten gehen vollständig zu Lasten des Auftraggebers.

- 4.8 Gegen Zuschläge zulasten des Auftraggebers sowie bei Verfügbarkeit und Erfüllung technischer Voraussetzungen können abweichende Anbringungsdaten oder Änderungen am Thema der Werbebotschaft während der Anzeigedauer zwischen TPGPub und dem Auftraggeber vereinbart werden.

### Änderungen am Auftrag

- 4.9 Bei technischen Erfordernissen behält sich TPGPub das Recht vor, die Anzeigedauer der Werbebotschaft um maximal eine Woche vorzuziehen oder zu verzögern. Die Anzeigedauer bleibt unverändert.
- 4.10 Ohne Rückfrage ersetzt TPGPub nicht verfügbare Werbeflächen (auch solche, deren Wirksamkeit dauerhaft vermindert ist) durch andere gleichwertige Flächen. Geht das nicht, schickt TPGPub dem Auftraggeber eine entsprechende Gutschrift.
- 4.11 Diese Änderungen geben dem Auftraggeber keinerlei Anspruch auf Schadenersatz und auch nicht das Recht, vom Vertrag zurückzutreten.

## 5. BETRIEBSUNTERBRÜCHE

- 5.1 Vorübergehende Betriebsunterbrüche bilden keinerlei Grund für Entschädigungen an den Auftraggeber.
- 5.2 Dauert ein Betriebsunterbruch länger als 10% der

gesamten reservierten Mietdauer und ist er unabhängig vom normalen Unterhalt der Fahrzeuge, verlängert sich die Mietdauer um die Dauer des Betriebsunterbruchs, abhängig von der Verfügbarkeit von Werbeflächen. Ist das nicht möglich, vermindert sich der fakturierte Betrag proportional, bildet jedoch keinen Grund für Schadenersatz zugunsten des Auftraggebers.

- 5.3 Eine schadhafte Plakatierung, oder eine, die namentlich die Reichweite der Werbebotschaft beschränkt, gibt kein Recht auf Ersatz durch eine gleichwertige Werbefläche oder auf Rückzahlung des fakturierten Preises. Jeglicher Schadenersatz ist ausgeschlossen.

## 6. MIETTARIF

- 6.1 Der Miettarif für Werbeflächen ist Teil eines Dokuments namens „Tarif“.
- 6.2 Die Referenzpreise verstehen sich in Schweizer Franken exkl. MWST. Bei Angeboten in anderen Währungen sind sie vertraglich bindend.
- 6.3 TPGPub behält sich das Recht vor, ihre Preise jederzeit anzupassen. Neue Preise gelten ab dem angegebenen Gültigkeitsdatum auf der Webseite von TPGPub.
- 6.4 In den Mietpreisen nicht enthalten sind technische Kosten wie Kreation, Druck, Versand, Zusatzarbeiten wie das Zusammensetzen mehrteiliger Plakate, Themenänderungen oder Zusatzkosten durch namentlich verspätete oder nicht konforme Lieferungen (siehe Liste zugelassener Materialien) oder durch rechtliche oder administrative Befehle. Solche Kosten werden separat fakturiert.

## 7. FAKTURIERUNG UND BEZAHLUNG

- 7.1 Die Rechnung ist innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug zahlbar.
- 7.2 Bei nicht erfolgter Zahlung entstehen Zinsen von 10%/Jahr ab dem 20. Verspätungstag sowie Kosten von CHF 35.- exkl. MWST. je Mahnung.
- 7.3 Ab dem 30. Verspätungstag gilt der Auftraggeber als gemahnt und TPGPub ist gezwungen, die entsprechenden Werbebotschaften zu entfernen, ohne dass der Auftraggeber Schadenersatz oder eine Verminderung des Rechnungsbetrags geltend machen kann.
- 7.4 Im Fall von noch nicht ausgeführten Aufträgen und bei gemahntem Auftraggeber ist TPGPub gezwungen, ihre Ausführung zurückzuweisen, falls sie vorher weder Zahlung noch Bankgarantie erhält. Der Schadenersatz ist vorbehalten.
- 7.5 Für Aufträge von Auftraggebern mit ausländischem Geschäftssitz gilt Vorauszahlung.

## 8. VERANTWORTUNG, VERSICHERUNGEN UND MATERIAL

- 8.1 TPGPub schliesst jegliche Haftung aus für Schäden

irgendwelcher Art (Vandalismus), die gezielt auf die Werbebotschaften des Auftraggebers gerichtet sind.

- 8.2 Falls vom Auftraggeber gewünscht, kann eine Spezialversicherung „Schaden“ bei TPGPub abgeschlossen werden.
- 8.3 Weder TPGPub noch ihre Unterakkordanten und Mandatäre übernehmen Verantwortung für bei ihnen gelagertes Material.
- 8.4 Ohne ausdrücklich anderslautende Anweisung verfügt TPGPub frei über Material, das nach der Anzeigedauer übrig bleibt.

## 9. KONTROLLE, FOTOMATERIAL

- 9.1 Auf Basis einer speziellen, vorher abgeschlossenen Vereinbarung kann TPGPub alle Details zu den Standorten und Strecken der Fahrzeuge mit der Werbebotschaft des Auftraggebers bekanntgeben.
- 9.2 Jede Reklamation wegen nicht konformer Ausführung des Auftrags muss sofort TPGPub gemeldet werden. Nach Abschluss der entsprechenden Kampagne werden keine Reklamationen mehr entgegengenommen.
- 9.3 Auf Verlangen können Fotos der Kampagne zur Verfügung gestellt werden, die von einem professionellen Fotografen aufgenommen wurden. Sie werden zum Selbstkostenpreis fakturiert.

## 10. KRISENBESTIMMUNG

- 10.1 Bei schwerwiegenden Ereignissen wie Krieg, sozialen oder politischen Unruhen, Naturkatastrophen oder bei der Einführung von Gesetzen und Vorschriften, welche die Werbeaktivitäten behindern, werden die Vertragsbedingungen überarbeitet, um die Interessen beider Parteien zu wahren.

## 11. DIVERSES

- 11.1 Die vorliegenden allgemeinen Bedingungen widerufen und ersetzen jedes frühere gleichwertige Dokument.
- 11.2 Die vorliegenden allgemeinen Bedingungen können zu jeder Zeit geändert werden von TPGPub. TPGPub nimmt sich das Recht diese sofort anwendbar zu machen für die aktuellen Bestellungen.
- 11.3 Die Bestimmungen der Berufspflicht sind integrierender Bestandteil der allgemeinen Bedingungen.

## 12. ANWENDBARES RECHT UND GERICHTSSTAND

- 12.1 Es gilt ausschliesslich Schweizer Recht.
- 12.2 AUSSER BEI DER BERUFUNG BEIM BUNDESGERICHT SIND NUR GENFER GERICHTE FÜR ALLFÄLLIGE STREITFÄLLE VERANTWORTLICH, DIE AUS DER INTERPRETATION UND/ODER NICHTERFÜLLUNG DER ABMACHTUNGEN DER VORLIEGENDEN ALLGEMEINEN BEDINGUNGEN ENTSTEHEN KÖNNTEN.

- 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**
  - 1.4 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.
  - 1.5 Constitutifs d'actes de concurrence déloyale**
  - 1.6 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**
    - 2.1.1 L'annonceur doit être un parti, un groupe 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 TPGPub 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**
    - 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, TPGPub consultera le Département de justice police et sécurité.
  - 2.3 Lignes téléphoniques à surtaxes**
    - 2.3.1 Tout message relatif à des lignes téléphoniques à surtaxes peut être refusé.
  - 2.4 Conditions communes aux publicités politiques, confessionnelles ou pour des lignes téléphoniques à surtaxes en plus des incombances ou modalités résultant des § 2.1 à 2.3**
    - 2.4.1 Le message publicitaire ne peut être comparatif; il est sobre et courtois.
    - 2.4.2 Les offres (espaces, tarifs) de TPGPub 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).
    - 2.4.3 Les messages publicitaires doivent être soumis à TPGPub au moins 20 jours avant le début de l'affichage de la campagne pour accord.
    - 2.4.4 Un délai supplémentaire d'approbation est expressément réservé.
- 3. Les présentes clauses de déontologie annulent et remplacent tout document équivalent antérieur.**

- 1. Abgelehnte Werbebotschaften**  
Die folgenden Werbebotschaften werden abgelehnt
  - 1.1 Wenn sie den Interessen von unabhängigen Besitzern von Werbeflächen schaden, sie bei der Ausübung ihrer Mandate behindern oder ihren Ruf beeinträchtigen könnten.**
  - 1.2 Für Tabak**
  - 1.3 Für alkoholische Getränke**
  - 1.4 Für geschmacklose, unästhetische oder übertriebene Werbebotschaften.**  
Unter geschmacklosen, unästhetischen oder übertriebenen Werbebotschaften versteht man solche, die der öffentlichen Ordnung schaden oder die Öffentlichkeit brüskieren könnten. Dazu gehören im Besonderen Werbebotschaften, deren Umsetzung Anreize wie Drogenkonsum, Gewalt, öffentliche Unruhe und Pornographie implizieren, solche mit unanständigem Wortschatz oder mit Illustrationen, welche die Öffentlichkeit schockieren, solche, die Angst und Furcht ausnützen oder schüren sowie solche, welche die Glaubwürdigkeit der Konsumenten ausnützen.
  - 1.5 Die den unlauteren Wettbewerb fördern**
  - 1.6 Die im Rahmen kantonaler oder eidgenössischer gesetzgeberischer Verfügungen oder Bestimmungen verboten sind.**
- 2. Akzeptierte Werbebotschaften im Rahmen der Bedingungen unter § 2.1 bis 2.4**
  - 2.1 Politische Werbung**
    - 2.1.1 Der Auftraggeber muss eine Partei, politische Gruppierung oder Vereinigung im Sinne von Artikel 60 ff. des Zivilgesetzbuches und gemäss Gesetz sowie seinen Bestimmungen ordnungsgemäss vertreten sein.
    - 2.1.2 Im Rahmen von Artikel 2.1 stellt TPGPub eine mobile Werbefläche zur Verfügung. Diese respektiert die demokratischen Regeln und ist unabhängig von der politischen Richtung der Botschaft.
- 2.2 Konfessionelle Werbung**
  - 2.2.1 Der Auftraggeber muss eine in der Schweiz offiziell anerkannte Konfession sein gemäss den in der Schweiz gemeinhin anerkannten Kriterien.
  - 2.2.2 Die Werbebotschaften dürfen nur auf Tatsachen beruhen. Lassen sich diese mit Bekehrungseifer in Verbindung bringen, sind sie von vornherein abgelehnt. Abgelehnt werden können auch konfessionelle Werbebotschaften, welche die Gefühle von konfessionellen Gruppierungen oder Kirchen verletzen könnten, auch wenn diese in der Schweiz nicht offiziell anerkannt sind.
  - 2.2.3 Hat TPGPub Zweifel betreffend der Qualität des Auftraggebers, konsultiert sie das Justiz, Polizei- und Sicherheits-Department.
- 2.3 Gebührenpflichtige Telefonnummern**
  - 2.3.1 Jede Botschaft im Zusammenhang mit gebührenpflichtigen Telefonnummern kann abgelehnt werden.
- 2.4 Gemeinsame Bedingungen für politische, konfessionelle Werbung sowie solche im Zusammenhang mit gebührenpflichtigen Telefonnummern oder Modalitäten der § 2.1 bis 2.3**
  - 2.4.1 Die Werbebotschaft kann nicht vergleichend sein. Sie ist schlicht und höflich.
  - 2.4.2 Die Angebote (Flächen, Tarife) von TPGPub sind für alle Inserenten dieselben. Die Aufträge werden gemäss Verfügbarkeit verbucht sowie nach dem buchhalterischen FIFO-Prinzip (first in, first out).
  - 2.4.3 Die Werbebotschaften müssen TPGPub mindestens 20 Tage vor Beginn der Kampagne zur Genehmigung unterbreitet werden.
  - 2.4.4 Eine Genehmigungsfrist wird ausdrücklich ausbedungen.
- 3. Diese vorliegenden Bestimmungen der Berufspflicht annullieren und ersetzen alle früheren gleichwertigen Dokumente.**