

Document commercial Médias imprimés pour Migros Retail Media

1. Champ d'application et objet

- 1.1. Le présent document commercial Médias imprimés définit les conditions spécifiques applicables aux prestations publicitaires imprimées dans le cadre du retail media.
- 1.2. Il a notamment pour objet la publication par Migros Retail Media d'annonces et d'encarts dans les publications imprimées.

2. Accord individuel

- 2.1. L'accord individuel est conclu à la suite d'une offre émanant de l'annonceur (p. ex. au moyen d'un bon de commande) et d'une confirmation de commande écrite ultérieure de la part du prestataire (un e-mail suffit).
- 2.2. La confirmation de commande fait référence aux conditions et spécifications actuellement en vigueur et mentionne les réductions éventuelles.

3. Annulation, modification et suspension par l'annonceur

- 3.1. Toute modification, suspension ou annulation doit être notifiée par écrit (un e-mail suffit).
- 3.2. Les modifications, suspensions ou annulations sont en principe possibles sans frais jusqu'à la date de clôture des annonces. Les frais de production déjà engagés (p. ex. la mise en forme avant impression) seront facturés.
- 3.3. Une fois la date de clôture des annonces dépassée, les modifications, suspensions ou annulations ne sont possibles qu'après accord préalable et moyennant des frais.

4. Transmission des données et exigences techniques

- 4.1. Les supports publicitaires doivent être fournis dans les délais impartis et conformément aux spécifications techniques indiquées.
- 4.2. La livraison s'effectue en principe via les systèmes prévus à cet effet par le prestataire (p. ex. AdPortal).
- 4.3. Les exigences techniques et les délais publiés par le prestataire font foi.
- 4.4. Le prestataire est en droit de ne pas publier les supports publicitaires livrés en retard ou qui ne répondent pas aux exigences techniques.
- 4.5. En principe, le prestataire n'effectue aucune modification des supports publicitaires. Dans des cas exceptionnels, des ajustements peuvent être apportés pour des raisons techniques; l'annonceur en sera informé.
- 4.6. Les documents de production créés par le prestataire (p. ex. les données de reproduction ou de lithographie) restent la propriété du prestataire ou des tiers mandatés.

5. Publication et placement

- 5.1. Les souhaits relatifs au numéro ou au placement sont pris en compte sans engagement.
- 5.2. Les placements fixes doivent faire l'objet d'un accord explicite et peuvent donner lieu à des suppléments.
- 5.3. Le prestataire est en droit de modifier le placement des annonces pour des raisons techniques ou liées à la production.

- 5.4. Si un placement confirmé ne peut être respecté, l'annonceur en sera informé au préalable, dans la mesure du possible.
- 5.5. Il n'existe aucun droit à l'exclusion de la concurrence.

6. Publication et contenus

- 6.1. Les supports publicitaires doivent être clairement identifiables comme tels et distincts du contenu rédactionnel. Le prestataire peut apposer les mentions correspondantes.
- 6.2. Les contenus rédactionnels ne peuvent pas constituer une condition préalable à la diffusion d'annonces.

7. Utilisation en ligne de contenus imprimés

- 7.1. L'annonceur accorde au prestataire le droit, après validation préalable de sa part, de publier des annonces sur d'autres canaux lui appartenant, et de les modifier sur le plan technique.
- 7.2. L'annonceur prend acte du fait que les contenus peuvent être consultés dans le monde entier, notamment grâce à l'accès aux versions électroniques, qui ne fait l'objet d'aucune restriction territoriale.

8. Bon à tirer

- 8.1. En principe, aucun bon à tirer n'est établi.
- 8.2. Si, à titre exceptionnel, un bon à tirer est délivré, l'annonceur assume la responsabilité des contenus validés, même en l'absence de confirmation.

9. Garantie et responsabilité pour les impressions

- 9.1. Le prestataire fait tout son possible pour assurer la meilleure reproduction possible des annonces.
- 9.2. Il décline toute responsabilité en cas d'écarts liés à la technique d'impression, de supports d'impression inadaptés ou de défauts qui n'affectent pas de manière significative l'impact publicitaire.

10. Exemplaires de référence

Sur demande, des exemplaires de référence seront mis à disposition en quantité raisonnable; les exemplaires de référence supplémentaires peuvent être facturés.

11. Droit de réponse

- 11.1. Les requête en exécution du droit de réponse sont traitées, dans la mesure du possible, en concertation avec l'annonceur.
- 11.2. L'annonceur est tenu de participer aux procédures correspondantes et d'en supporter l'intégralité des frais.