

Allgemeine Geschäftsbedingungen Gassmann Media AG

1. Anwendbarkeit: Die Geschäftsbedingungen sind auf sämtliche Anzeigendispositionen der Gassmann Media AG gültig, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wird. Insoweit diese Bedingungen keine abweichenden Regeln enthalten, gelten für das Vertragsverhältnis die Vorschriften über den Werkvertrag, Art. 363 ff. OR.

2. Die Aufgabe, Änderungen, Sistierungen von Geschäftsanzeigen müssen schriftlich erfolgen.

3. Telefonische Aufgabe: Für Fehler aus telefonischen Übermittlungen jeder Art übernimmt Gassmann Media AG keine Haftung.

4. Inhalt der Anzeigen

4.1. Die durch die Gassmann Media AG beauftragten Verlage behalten sich vor, Änderungen des Inhalts unbegründet zu verlangen oder Anzeigen abzulehnen.
4.2. Die durch die Gassmann Media AG beauftragten Verlage können Anzeigen mit der Bezeichnung «Anzeige» versehen, um sie vom redaktionellen Teil abzugrenzen.

4.3. Vorbehältlich der zwingenden gesetzlichen Bestimmungen trägt der Anzeigenkunde unter Kostenfolge die alleinige Verantwortung, wenn durch die Veröffentlichung seiner Anzeige gesetzliche Vorschriften verletzt werden. Die Wegbedingung der Haftung ist nur im Rahmen von Art. 100 des Schweizerischen Obligationenrechts zulässig.

4.4. Der Anzeigenkunde stellt sicher, dass seine Anzeigen nicht gegen das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) verstossen. Im Falle einer Verletzung des UWG trägt er die volle Verantwortung für allfällige den Verleger betreffende Konsequenzen. Insbesondere verpflichtet sich der Anzeigenkunde, sämtliche Kosten und Unkosten, die sich für den Verleger aus einem UWG-Verfahren ergeben, zu übernehmen.

4.5. Ein allfälliger Antrag für die Durchsetzung einer Gegendarstellung gemäss Art. 28 lit. g Abs. 1 ZGB ist in jedem Fall direkt an die mit der Veröffentlichung betrauten Verlage zu richten.

4.6. Der Auftraggeber einer beanstandeten Anzeige verpflichtet sich, die durch die Ausübung des Gegendarstellungsrechts anfallenden gerichtlichen und aussergerichtlichen Kosten zu tragen.

5. Erscheinungsdaten und Platzierungen

5.1. Aus technischen Gründen behalten sich die mit der Publikation betrauten Verlage die Verschiebung von Anzeigen ohne Rückfrage beim Auftraggeber vor.

5.2. Vorschriften für feste Erscheinungsdaten und Platzierungen sind abzusprechen und werden ggf. schriftlich bestätigt. Kann die Vorschrift trotzdem nicht eingehalten werden, so wird der Auftraggeber möglichst im Voraus informiert. Die Verlage platzieren die Anzeigen bestmöglich. Bei fixen Platzierungsvorgaben werden 20% Platzierungszuschlag berechnet.

5.3. Konkurrenzschluss ist nicht möglich.

6. Korrekturabzüge werden nur für kommerzielle Anzeigen ab einer Grösse von 100mm auf ausdrücklichen Wunsch geliefert, sofern die Druckunterlagen mindestens 4 Tage vor Annahmeschluss eintreffen. Für Vollvorlagen wird kein Probeabzug geliefert. Die Anzeigen werden auch dann publiziert, wenn das «Gut zum Druck» noch aussteht.

7. Anzeigenpreise

7.1. Es gelten die jeweils gültigen Millimeter-Preise sowie die Franken- und Wiederholungsrabatte. Alle Preise verstehen sich zuzüglich 8 % MwSt.

7.2. Änderungen der Preise und/oder Rabatte treten auch bei laufenden Aufträgen und Abschlüssen sofort in Kraft. Der Auftraggeber hat aber das Recht, innerhalb von zwei Wochen seit Bekanntgabe des neuen Preises vom Vertrag zurückzutreten. In diesem Falle hat er nur Anrecht auf den Rabatt, der gemäss Rabattskala der effektiv abgenommenen Franken entspricht.

7.3. Zusätzlich verrechnet werden ausserordentliche Aufwendungen (wie z. B. zusätzliche Andrucke erstellen, Übersetzungen usw.).

7.4. Für Anzeigen aus dem Ausland gelten die jeweiligen separaten Tarifblätter «Ausland Tarife» der Verlage.

8. Frankenabschlüsse, Wiederholungsaufträge

8.1. Jeder Frankenabschluss und jeder Wiederholungsauftrag ist nur für Anzeigen eines einzigen Inserenten bestimmt. Konzerne und Holdinggesellschaften können aber gemäss Reglement Schweizer Presse/VSW unter gewissen Voraussetzungen Konzernabschlüsse tätigen.

8.2. Die Laufdauer eines Abschlusses beträgt 12 Monate (siehe auch Abschnitt 9.1.): sie kann keine Anzeigen einschliessen, die vor Erteilen des Abschlusses bzw. des Wiederholungsauftrages erschienen sind.

8.3. Abschluss- und Wiederholungsrabatt werden auch auf Platzierungszuschlägen gewährt.

9. Frankenabschlüsse/-rabatte

9.1. Beginnt der Abschluss bis und mit dem 15. eines Monats, so dauert er bis Ende Vormonat des folgenden Jahres, beginnt er ab

16. bis Ende eines Monats, so läuft er bis Ende des laufenden Monats des folgenden Jahres. Rabattvereinbarungen mit JUP-Kunden enden immer mit dem Kalenderjahr.

9.2. Bei Erreichen einer höheren Rabattstufe wird rückwirkend der höhere Rabatt vergütet, bei Minderabnahme von mehr als 3% wird der zuviel bezogene Rabatt rückbelastet. Minderabnahmen können nicht auf das folgende Abschlussjahr übertragen werden.

9.3. Bei Bruttoabschlüssen werden Rabatt und Provision oder JUP nach Ablauf der Rabattvereinbarung gutgeschrieben.

9.4. Beraterkommission I: Alle im Handelsregister eingetragenen Werbe- und Mediaagenturen im In- und Ausland erhalten 5% auf kommerzielle Anzeigen. Beansprucht ein ausländischer Auftraggeber eine Beraterkommission von 15%, kommt der Ausland-Tarif zur Anwendung. Jahressumatzprämie I: Werbeauftraggeber erhalten zwischen 2% und 5% auf kommerziellen Anzeigen, gemäss den JUP-Vereinbarungen. Anzeigen zu einem günstigeren mm-Preis als dem Grundpreis sowie alle rubrizierten Anzeigen sind weder JUP- noch Konzernabschlussberechtigt.

10. Wiederholungsaufträge/-rabatte

10.1. Anspruch auf Wiederholungsrabatt haben Inserate, die an zum Voraus festgesetzten Daten unverändert erscheinen. Die Möglichkeit von Sujetwechseln bei Vollvorlagen ist je nach Vorschriften der einzelnen Verlage geregelt.

10.2. Rückwirkend wird ein höherer Rabatt gewährt, sofern der Wiederholungsauftrag vor Erscheinen des letzten Inserates unter den gleichen Voraussetzungen erweitert und damit eine höhere Stufe erreicht wird.

11. Grösse der Anzeigen

11.1. Für die Verrechnung massgeblich ist die in der Zeitung gemessene Grösse von Trennlinie zu Trennlinie. Bei Vollvorlagen werden zur Abdruckhöhe 2 mm zugerechnet.

11.2. Mehrmals erscheinende Inserate mit gleicher Vorlage oder Text werden alle mit der Grösse des ersterscheinenden Inserates verrechnet.

11.3. Im übrigen gelten die allgemeinen Messvorschriften Schweizer Presse/VSW.

12. Beleglieferung

Auf Verlangen werden zwei Seitenbelege geliefert. Zusätzliche Exemplare werden verrechnet. Es gelten jedoch Vorschriften der einzelnen Verlage.

13. Druckmaterial

Papierkopien gelten als Einwegmaterial. Die durch die Gassmann Media AG beauftragten Verlage können Reinzeichnungen, Filme, Datenträger und Fotos nach drei Monaten seit letztem Erscheinen ohne Kostenfolge vernichten, sofern diese vom Auftraggeber nicht als aufbewahrungs- oder rückgabepflichtig bezeichnet werden.

14. Chiffredienst

14.1. Das Chiffregeheimnis ist uneingeschränkt. Es kann nur aufgrund einer gerichtlichen Untersuchung aufgehoben werden.

14.2. Die Verlage sind berechtigt, die eingehenden Angebote zu öffnen und zu prüfen; sie sind nicht verpflichtet, Werbesendungen, Vermittlungs- und anonyme Angebote weiterzuleiten.

14.3. Für die Rücksendung von Dokumenten kann keine Verantwortung übernommen werden.

15. Fehlerhaftes Erscheinen

15.1. Reklamationen sind spätestens innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungserhalt anzubringen.

15.2. Mangelhaft erschienene Anzeigen berechtigen in folgenden Fällen zu keinem Preisnachlass oder Ersatz:

- telefonisch erteilte, geänderte oder sistierte Aufträge
- Irrtümer aus Übersetzungen fremdsprachiger Vorlagen
- Datenverschiebungen (siehe Art. 5)
- nicht eingehaltene Platzierungsvorschriften
- fehlende, undeutliche oder sonst mangelhafte oder ungeeignete Vorlagen (zu feiner Raster, zu feine Linien, zu kleine Schrift usw.)
- Passerdifferenzen und Abweichungen in der Farbe innerhalb des Toleranzrahmens (System Brunner)
- Abweichung von typografischen Vorschriften
- fehlende Codebezeichnung
- für durch uns gesetzte Anzeigen für andere Zeitungen
- weder Sinn noch Wirkung der Anzeige werden massgebend beeinträchtigt.

15.3. Wird der Sinn oder die Wirkung der Anzeige wesentlich beeinträchtigt, werden maximal die Einschaltkosten erlassen oder in Form von Inseratenraum kompensiert. Weitergehende Ansprüche werden ausgeschlossen.

16. Online-Dienste

Der Inserent bzw. der Werbevermittler erlaubt den der Gassmann Media AG bzw. den beauftragten Verlagen die Inserate auf eigene oder fremde Online-Dienste einzuspeisen oder sonstwie zu veröffentlichen und zu diesem Zweck zu bearbeiten. Die Gassmann Media AG bzw. die Verlage verpflichten sich zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen, können aber die Vertraulichkeit, Integrität, Authentizität und Verfügbarkeit von Personendaten nicht umfassend garantieren. Der Inserent bzw. der Werbevermittler nimmt zur Kenntnis, dass Personendaten auch in den Staaten abrufbar sind, die keine der Schweiz vergleichbaren Datenschutzbestimmungen kennen. Der Inserent bzw. der Werbevermittler ist damit einverstanden, dass die Inserate, die von Gassmann Media AG bzw. den Verlagen abgedruckt, auf Online-Dienste eingespielen oder sonst wie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent bzw. Werbevermittler untersagt insbesondere die Übernahme von Inseraten auf Online-Dienste durch Dritte und überträgt der Gassmann Media AG bzw. den Verlagen das Recht, jede irgendwie geartete Verwertung und Bearbeitung dieser Inserate mit geeigneten Mitteln zu untersagen.

17. Weitergabe der Rubrikinserate

Für sämtliche Anzeigendispositionen gelten, soweit nicht etwas anderes vereinbart ist, die Geschäftsbedingungen der Gassmann Media AG, welche bei dieser in schriftlicher Form bezogen werden können oder abrufbar sind unter www.gassmannmedia.ch. Insbesondere gilt Folgendes: Der Inserent erklärt sich damit einverstanden, dass die Gassmann Media AG bzw. die Verlage die Inserate auf eigene oder fremde Online-Dienste einspeisen können. Der Inserent ist ferner damit einverstanden, dass die Inserate, die vom Verlag abgedruckt, auf Online-Dienste eingespielen, oder sonstwie veröffentlicht werden, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent überträgt dem Verlag das Recht, jede irgendwie geartete Verwendung dieser Inserate mit den geeigneten Mitteln zu untersagen.

18. Zahlungskonditionen

18.1. Bei Gelegenheitsinseraten in der Regel Barzahlung. Bei Abschlüssen sind die Rechnungen, sofern keine gegenteilige Vereinbarung vorliegt, innert 30 Tagen ohne Skontoabzug zahlbar.

18.2. Auf verfallenen Rechnungen wird ein marktüblicher Verzugszins berechnet.

18.3. Bei Betreibung, Nachlassstundung und Konkurs entfallen Rabatte und allfällige Vermittlungsprovisionen.

18.4. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Biel.

Die vorstehenden **Geschäftsbedingungen treten am 1. Januar 2011** in Kraft und ersetzen alle früheren Fassungen.

-- Änderungen vorbehalten --

Conditions générales – Gassmann Media SA

1. Application:

Les conditions générales s'appliquent à toutes les dispositions d'annonces de Gassmann Media SA, à moins qu'il n'en soit convenu différemment par écrit. Pour autant que ces conditions ne comprennent pas de règles divergentes, sont applicables pour le rapport contractuel les prescriptions relatives au contrat d'entreprise, art. 363 ss du Code des obligations.

2. Les dépôts, modifications et suspensions d'annonces commerciales

doivent être annoncés par écrit.

3. Dépôts téléphoniques:

Gassmann Media SA décline toute responsabilité en cas d'erreurs suite à des dépôts d'annonces par des moyens téléphoniques de tout genre.

4. Contenu des annonces

4.1. Les maisons d'édition mandatées par Gassmann Media SA se réservent le droit, sans avancer de motif, d'exiger des modifications de contenu ou de refuser certaines annonces.

4.2. Les maisons d'édition mandatées par Gassmann Media SA peuvent pourvoir des annonces avec l'indication du terme «annonce» afin de les différencier des parties rédactionnelles.

4.3. Sous réserve des dispositions légales contraignantes, le client faisant publier une annonce assume l'unique responsabilité, et cela sous conséquence des coûts si, par la publication de son annonce, des prescriptions légales sont enfreintes. La convention exclusive de la responsabilité n'est recevable que dans le cadre de l'art. 100 du Code des obligations suisse.

4.4. Le client faisant publier une annonce doit s'assurer que son annonce ne transgresse pas la LCD (Loi fédérale contre la concurrence déloyale). En cas de violation de la LCD, il porte l'entière responsabilité quant aux conséquences éventuelles qui toucheraient l'éditeur. En particulier, le client faisant publier une annonce s'engage à prendre en charge tous les frais et dépens de l'éditeur qui découleraient de l'ouverture d'une procédure liée à la LCD.

4.5. Une requête éventuelle en vue de l'exécution d'un droit de réponse selon art. 28 lettre g alinéa 1 du Code civil suisse est à adresser dans tous les cas directement aux éditions chargées de la publication.

4.6. Le donneur d'ordre d'une annonce contestée s'engage à supporter les frais de procédures judiciaires et extrajudiciaires découlant de l'exercice du droit de réponse.

5. Dates de parution et emplacements

5.1. Pour des raisons techniques, les éditions chargées de la publication se réservent le droit de différer des annonces sans demander l'avis du donneur d'ordre.

5.2. Des prescriptions pour des dates de parution fermes et des emplacements déterminés sont à négocier au préalable et font l'objet, le cas échéant, d'une confirmation écrite. Cependant, si la prescription ne peut être observée, le donneur d'ordre en sera informé le plus tôt possible. Les éditions placent les annonces aussi bien que possible. Lors de prescriptions fixes quant à l'emplacement des annonces, un supplément de placement de 20% est facturé.

5.3. L'exclusion de la concurrence n'est pas possible.

6. Les épreuves

ne sont livrées, sur demande expresse, que pour des annonces commerciales aux dimensions à partir de 100 mm, pour autant que les documents d'impression soient remis au moins quatre jours avant la clôture. En cas d'utilisation de matériel plein, aucune épreuve n'est fournie. Les annonces sont publiées même si le «bon à tirer» n'a pas encore été livré.

7. Prix des annonces

7.1. S'appliquent à chaque fois les prix valables au millimètre ainsi que les rabais de renouvellement et les rabais de quantité. Aux prix indiqués s'ajoute la TVA de 8%.

7.2. Des changements de prix et/ou de rabais entrent immédiatement en vigueur, même pour les commandes et contrats en cours. Toutefois, le donneur d'ordre a le droit, dans les deux semaines qui suivent la publication du nouveau prix, de se retirer du contrat. Dans ce cas, il n'a droit qu'au rabais qui, selon le barème des rabais, correspond effectivement au rabais de quantité déduit.

7.3. Sont facturées en sus des dépenses extraordinaires telles que celles liées à l'élaboration de tirages d'épreuves supplémentaires, des traductions, etc.

7.4. Pour les annonces en provenance de l'étranger, comptent à chaque fois les feuilles tarifaires séparées «Tarifs de l'étranger» proposées par les éditions.

8. Rabais de quantité et ordres de répétition

8.1. Les contrats avec rabais de quantité et les commandes de répétition ne valent que pour les annonces passées par un annonceur unique. Selon règlement de l'ASSP (Association des sociétés suisses de publicité), les groupes et les holdings peuvent toutefois, sous certaines conditions, être mis au bénéfice de contrats de holdings.

8.2. La durée d'un contrat est de 12 mois (voir aussi alinéa 9.1.). Le contrat ne pourra toutefois pas comprendre des annonces qui ont paru avant la remise de l'ordre ou de la commande de répétition.

8.3. Des rabais de conclusion de contrat et de renouvellement sont également accordés sur les suppléments pour emplacements définis.

9. Rabais et rabais de quantité

9.1. Si un contrat débute entre le 1er et le 15 d'un mois, il se termine, après une année, le dernier jour de l'avant-dernier mois. S'il débute entre le 16 et le dernier jour du mois, alors il se termine, après une année, le dernier jour du mois. Des conventions se fondant sur des rabais accordés aux clients en fonction du chiffre d'affaires annuel, prennent toujours fin avec l'année civile.

9.2. Lors de l'obtention d'un rabais situé à un échelon plus élevé, le rabais plus élevé est rétroactivement accordé; en cas de diminution de plus de 3% du chiffre d'affaires minimal fixé, le rabais versé en trop fait l'objet d'une extourne. Les chiffres réalisés en moins ne peuvent être reportés au bilan de l'année suivante.

9.3. Pour les contrats fixés de manière forfaitaire, rabais, commissions, ou autres rabais calculés en fonction du chiffre d'affaires annuel sont crédités à l'expiration de la convention de rabais.

9.4 Commission d'agence I: toutes les agences de médias et de publicité de Suisse et de l'étranger inscrites au Registre du commerce reçoivent une commission de 5% sur les annonces commerciales. Si un donneur d'ordre étranger prétend à une commission d'agence de 15%, c'est le tarif de l'étranger qui est appliqué.

Prime sur le chiffre d'affaires annuel I: selon les conventions de rabais calculées en fonction du chiffre d'affaires annuel, des donneurs d'ordre de publicité perçoivent de 2% à 5% sur les annonces commerciales. Des annonces au prix par mm plus avantageuses que celui du prix de base ainsi que toutes les annonces sous rubriques ne sont pas admissibles à l'octroi d'un rabais basé sur le chiffre d'affaires annuel ou au tarif de contrat de holding.

10. Ordres de répétition/ rabais de répétition

10.1. Les annonces dont les dates de parution sont fixées à l'avance sont admissibles à l'octroi d'un rabais de répétition, pour autant que les dates de parution préalablement définies ne soient pas modifiées. La possibilité d'un changement de sujet intervenant en cas d'utilisation de matériel plein est réglée selon les prescriptions propres à chaque maison d'édition.

10.2. Un rabais plus élevé est accordé rétroactivement dans la mesure où la commande de répétition est renouvelée aux mêmes conditions avant la parution de la dernière annonce et que cet ordre atteigne ainsi une échelle de rabais supérieure.

11. Dimensions des annonces

11.1. Est déterminante pour la facturation la hauteur entre les deux filets de séparation du journal. En cas d'utilisation de matériel plein, il faut ajouter 2 mm à la hauteur de l'impression.

11.2. Les annonces répétitives, avec même dessin ou texte, sont toutes facturées en fonction des dimensions de la première annonce parue.

11.3. Pour le reste s'appliquent les directives de mesure de l'ASSP (Association des sociétés suisses de publicité).

12. Livraison de justificatifs

Sur demande, deux feuilles justificatives sont livrées. Des exemplaires supplémentaires sont facturés. S'appliquent cependant les directives propres à chaque maison d'édition.

13. Matériel d'impression

Les copies papier sont considérées comme étant à usage unique et sont donc perdues. Les éditions mandatées par Gassmann Media SA peuvent détruire des dessins au net, des films, des supports de données et des photos au bout de trois mois à compter de la dernière parution, cela sans frais subséquents, dans la mesure où ces documents n'ont pas été désignés par le client comme devant être conservés ou restitués.

14. Service sous chiffre

14.1. Le secret du chiffre est absolu. Il ne peut être levé que dans le cadre d'une enquête judiciaire.

14.2. Les maisons d'édition sont autorisées à ouvrir les offres et à les examiner; elles n'ont pas l'obligation de transmettre des envois publicitaires, des offres de bons offices et des offres anonymes.

14.3. Aucune responsabilité ne peut incomber pour le renvoi de documents.

15. Parutions défectueuses

15.1. Les réclamations doivent être faites au plus tard dans les 10 jours suivant la réception de la facture.

15.2. Dans les cas suivants, des annonces parues de manière incorrecte ne donnent aucun droit de remise ou de remplacement:

- commandes passées par téléphone, modifiées ou suspendues
- erreurs dues à la traduction de documents en langues étrangères
- report de dates (voir article 5)
- directives d'emplacement non respectées
- documents défectueux, manquants, imprécis ou pas adaptés (trame trop mince, lignes trop fines, caractères trop petits, etc.)
- irrégularités de repérage et divergences au niveau de la couleur à l'intérieur du cadre de tolérance (système Brunner)
- décalages par rapport aux prescriptions typographiques
- indications de code manquantes
- pour les annonces que nous composons pour d'autres journaux
- lorsque ni le sens ni l'effet de l'annonce ne sont notablement altérés

15.3. Si le sens ou l'effet de l'annonce est considérablement altéré, il sera tout au plus renoncé à la facturation de l'annonce, à moins d'une compensation par la mise à disposition d'un espace de remplacement. D'autres prétentions sont exclues.

16. Services en ligne

L'annonceur ou l'intermédiaire publicitaire autorise Gassmann Media SA ou les éditions mandatées d'entrer et de traiter les annonces dans leurs propres services en ligne ou dans les services en ligne de tiers, ou encore de les publier ou de les traiter sous une autre forme. Gassmann Media SA et les éditions concernées s'engagent à observer les dispositions légales sur la protection des données, mais ne peuvent garantir entièrement les données personnelles du point de vue de leur confidentialité, intégrité, authenticité et disponibilité. L'annonceur et l'intermédiaire publicitaire prennent note du fait que des données personnelles sont aussi accessibles dans des Etats qui ne possèdent pas de dispositions relatives à la protection des données comparables à celles de la Suisse. L'annonceur ou l'intermédiaire publicitaire consent au fait que les annonces imprimées par Gassmann Media SA ou par les maisons d'édition concernées, saisies dans les services en ligne ou publiées sous une autre forme, ne soient pas à la libre disposition de tiers. L'annonceur ou l'intermédiaire publicitaire interdit en particulier la prise en charge des annonces par des tiers qui les mettraient en ligne, et cède à Gassmann Media SA et aux maisons d'édition concernées le droit d'interdire, par des moyens appropriés, toutes utilisations et tous traitements inadéquats de ces annonces.

17. Diffusion d'annonces sous rubriques

Pour toutes les dispositions d'annonces s'appliquent, dans la mesure où aucun autre accord n'a été conclu, les conditions générales de Gassmann Media SA, lesquelles peuvent être obtenues sur support papier ou sous format électronique à l'adresse www.gassmannmedia.ch.

S'applique spécialement ce qui suit: l'annonceur agréé à ce que Gassmann Media SA ou les maisons d'édition puissent saisir les annonces dans leur propre service en ligne ou dans les services en ligne de tiers. L'annonceur adhère en outre au fait que les annonces imprimées par les maisons d'édition, insérées par elles dans des banques de données ou mises à disposition de tiers par quelque autre moyen que ce soit, ne peuvent être utilisées et exploitées librement par des tiers. L'annonceur cède à la maison d'édition le droit d'interdire, par les moyens utiles, toute autre disposition de ces annonces sous quelque forme que ce soit.

18. Conditions de paiement

18.1. En cas d'annonces occasionnelles, en règle générale paiement comptant. Lors de contrats, dans la mesure où aucune convention contraire n'existe, les factures sont payables dans les 30 jours sans escompte.

18.2. Sur les factures échues, des intérêts moratoires sont calculés aux conditions du marché.

18.3. En cas de poursuite, concordat ou de faillite, les rabais et autres commissions d'intermédiaires tombent.

18.4. Lieu d'exécution et for juridique sont à Bienne.

Les présentes conditions générales entrent en vigueur au 1^{er} janvier 2011 et remplacent toutes les versions précédentes.

- Sous réserve de modifications