



Conditions générales relatives à la réservation en ligne d'un espace de présentation par la clientèle dans les filiales de la Poste (CG)

Sur mandat de Poste CH Réseau SA (ci-après dénommée «la Poste»), Spacewise AG (ci-après dénommée «Spacewise») exploite le site web (<https://popup-space.post.ch>) (ci-après dénommé le «site web»). La plateforme hébergeant le site web est la propriété de Spacewise. Les présentes CG régissent les rapports entre la Poste et la clientèle commerciale (ci-après dénommée la «clientèle»), qui réserve via le site web une surface à louer au sein d'une filiale de la Poste pour y placer des moyens publicitaires, réaliser des opérations promotionnelles et vendre des marchandises. Les présentes CG sont réputées acceptées une fois le processus de réservation terminé sur la plateforme. À chaque réservation d'une surface dans une filiale de la Poste, la clientèle accepte à nouveau les CG. Spacewise n'est pas partie à la relation contractuelle qui lie la Poste et la clientèle.

1. Description de la prestation

1.1 Module 1: placement de moyens publicitaires

1.1.1 Offre de prestations

Dans des filiales sélectionnées, la Poste met à la disposition de la clientèle des surfaces publicitaires physiques pour la présentation de prospectus, de catalogues et d'affiches. Elle fournit les présentoirs et s'occupe de leur entretien, en particulier de leur remplissage. La Poste met en outre à la disposition de la clientèle une surface d'un ou de quatre mètres carrés pour la réalisation d'opérations promotionnelles (dégustation, démonstration, etc.). La vente de marchandises et de services est autorisée. Dans certaines filiales de Berne, de Genève et de Zurich, une surface de dix mètres carrés et des services supplémentaires définis (p. ex. tenue du stand promotionnel par des collaboratrices et des collaborateurs de la Poste) peut être utilisée.

1.1.2 Publicité non autorisée

N'est pas autorisée la publicité

- contraire aux intérêts de la Poste (cette dernière décide librement d'autoriser ou non les opérations publicitaires correspondantes de la clientèle, dans le respect du principe d'égalité de traitement);
- faisant la promotion de spiritueux, de produits à base de tabac ou de médicaments figurant sur les listes A et B de Swissmedic, ou encore ne respectant pas les restrictions légales pour les médicaments figurant sur les listes C et D;
- dont le contenu porte atteinte à la personnalité, est contraire aux bonnes mœurs, fait l'apologie de la violence ou présente un caractère religieux ou pornographique;
- mensongère, trompeuse ou illicite;
- contrevenant de toute autre façon aux prescriptions légales;
- impliquant une vente agressive (hardselling) ou occasionnant des émissions sonores ou olfactives désagréables (opérations promotionnelles).
- L'achat de tous les métaux précieux (argent, or, bijoux, pièces de monnaie, platine, montres, etc.) et d'autres antiquités (art, fourrure, cuir, tapis, etc.) est interdit sur les surfaces de promotion et dans les box de conseil.

La clientèle est responsable du contenu de la publicité et s'engage à respecter les principes énumérés ci-dessus. La Poste n'est pas tenue de vérifier la recevabilité de la publicité. En cas de violation de l'un des principes énumérés ci-dessus, la clientèle dégage la Poste de toute prétention de tiers.

La publicité pour des prestations et des offres de secteurs concernés par l'ouverture du réseau (banques, assurances et caisses-maladie, prestataires de santé, autorités et entreprises de télécommunications) est soumise à des conditions d'autorisation particulières. Les surfaces publicitaires physiques pour de telles publicités ne peuvent pas être réservées via le site web.

1.1.3 Prestations de la clientèle

- a. La clientèle livre les moyens publicitaires à la Poste en temps utile et à ses frais à l'adresse de livraison indiquée, de sorte que la Poste puisse placer les moyens publicitaires pour le début de l'opération



promotionnelle. Sur demande de la Poste, la clientèle réapprovisionne les moyens publicitaires épuisés. Si la clientèle renonce à un réapprovisionnement, la Poste est en droit de disposer des présentoirs vides.

- b. La clientèle réserve la surface au plus tard la veille du début de l'opération promotionnelle. La clientèle est responsable de l'organisation et du transport du matériel promotionnel.

1.1.4 Déroulement de l'opération publicitaire

La Poste se charge du placement des moyens publicitaires en tenant compte des conditions-cadres en matière de sécurité, d'exploitation et de construction propres à la filiale. La Poste se réserve le droit de reporter le début de l'opération publicitaire d'une semaine au plus pour des raisons techniques ou logistiques. Au terme de l'opération publicitaire, la Poste élimine les moyens publicitaires restants à ses frais.

L'opération promotionnelle doit être effectuée sur la surface promotionnelle attribuée. La clientèle n'est pas autorisée à aborder, à servir ou à solliciter des clientes et des clients de la filiale, ni à vendre des marchandises et des services en dehors de la surface délimitée dans le contrat. Le nombre de personnes présentes pour l'opération promotionnelle est limité à deux par filiale. Toute prospection devant la filiale est interdite. L'opération promotionnelle a lieu pendant les heures d'ouverture de la filiale. La Poste communique les heures d'ouverture à la clientèle avec la confirmation de commande. L'accès à l'eau courante et l'utilisation des installations sanitaires sont convenus avec la personne compétente en la matière au sein de la filiale. Les instructions de cette personne, notamment en ce qui concerne la sécurité, doivent impérativement être observées.

1.1.5 Refus

La Poste peut refuser des moyens publicitaires, en particulier s'ils n'ont pas été fabriqués correctement ou s'ils ne se prêtent pas à la forme de publicité choisie, s'ils contreviennent aux principes énumérés au chiffre 1.1.2 ou si les exemplaires au format original n'ont pas été préalablement soumis à la Poste conformément au chiffre 1.1.3 La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste.

La Poste est en droit de refuser des opérations promotionnelles en particulier si celles-ci contreviennent aux principes énumérés au chiffre 1.1.2 La clientèle connue pour ses méthodes de vente agressives n'est pas autorisée à effectuer des opérations promotionnelles dans les filiales. Cette décision est laissée à la libre appréciation de la Poste. Si la clientèle contrevient aux CG, en particulier aux principes énoncés au chiffre 1.1.2, la Poste peut interrompre l'opération promotionnelle avec effet immédiat et sans frais (vente agressive, clientes et clients de la filiale mécontents, etc.). La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste.

1.2 Module 2: vente de marchandises

1.2.1 Offre de prestations

La Poste offre à la clientèle la possibilité de présenter et de vendre ses marchandises dans le hall des guichets de filiales sélectionnées. L'achat est organisé en libre-service. La clientèle gère la surface mise à disposition, y compris l'infrastructure, en toute autonomie et sous sa propre responsabilité. La Poste met uniquement à disposition la surface et les conteneurs pour la présentation de la marchandise. Le paiement de la marchandise s'effectue exclusivement via TWINT au moyen d'un code QR directement sur le compte de la clientèle. La Poste n'assume aucune tâche que ce soit de surveillance ou de contrôle. Elle n'est pas impliquée dans le processus de paiement.

1.2.2 Assortiment non autorisé

Sont exclues les marchandises entrant dans l'une des catégories mentionnées au chiffre 1.1.2 des présentes CG.

1.2.3 Refus

La Poste peut refuser un assortiment notamment si celui-ci n'est pas fabriqué correctement, s'il n'est pas adapté à la vente en libre-service ou s'il enfreint les principes énoncés au chiffre 1.1.2. La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste.



1.2.4 Prestations de la clientèle

La clientèle répond du paiement dans les délais des prestations perçues (forfait pour l'utilisation de la surface, consommation d'électricité, installation et mise à disposition des conteneurs, nettoyage de ceux-ci à la fin du contrat, etc.).

La clientèle s'occupe elle-même du remplissage des conteneurs, auxquels elle a accès pendant les heures d'ouverture ordinaires de la filiale. La clientèle veille en tout temps à ce qu'un volume suffisant de marchandises soit à la disposition des clientes et des clients dans la filiale.

La clientèle est d'afficher les prix de ses marchandises en vertu des dispositions de l'ordonnance sur l'indication des prix. Si elle lance des offres spéciales ou promotionnelles, elle doit également respecter les dispositions de la loi fédérale contre la concurrence déloyale.

2. Conclusion du contrat

2.1 Inscription

Avant toute réservation, la clientèle doit s'inscrire sur le site web (<https://popup-space.post.ch>). En s'inscrivant, elle accepte les conditions d'utilisation de Spacewise. Si la clientèle se fait inscrire sur le site web au sein d'une filiale de la Poste, elle reçoit un e-mail avec un lien. En cliquant sur ce lien et en définissant un mot de passe, la clientèle accepte les conditions d'utilisation de Spacewise et achève le processus d'inscription.

2.2 Réservation et conclusion du contrat

Les offres publiées par la Poste sont des invitations sans engagement à soumettre une offre. La clientèle est liée par la demande de réservation qu'elle a effectuée. La Poste est libre d'accepter directement et automatiquement les réservations ou de les refuser sans indiquer de motifs. Si la clientèle réserve la surface via le site web, le contrat est conclu au moment de l'envoi par e-mail de la confirmation de réservation et prend fin automatiquement à expiration de la durée d'utilisation définie. Si la clientèle réserve la surface dans une filiale, elle doit au préalable s'inscrire sur le site web. En cliquant sur le lien reçu par e-mail et définissant un mot de passe, la clientèle achève le processus d'inscription. La clientèle peut ensuite réserver l'espace et le contrat est conclu au moment du paiement au guichet. La Poste a le droit d'exiger que la clientèle présente une pièce d'identité. Les présentes CG font partie intégrante du contrat.

La confirmation de réservation comprend le nom des parties contractantes, le site de la surface à utiliser, la durée d'utilisation (y compris le début et la fin de l'utilisation), le prix, les charges, le motif d'utilisation ainsi que les conditions d'annulation.

3. Conditions d'annulation

3.1 Annulation par la clientèle

La clientèle est en droit d'annuler la réservation ou de résoudre le contrat avant le début de l'utilisation de la surface dans la filiale aux conditions suivantes:

- plus de 14 jours calendaires avant le début de l'opération promotionnelle: réduction des coûts de 50% / la moitié du prix convenu dans le contrat est due;
- moins de 14 jours calendaires avant le début de l'opération promotionnelle et après le début de ladite opération: aucune réduction des coûts / la totalité du prix convenu dans le contrat est due;
- des frais correspondant à 5% du prix convenu dans le contrat sont dus pour toute annulation.

L'annulation doit dans tous les cas être effectuée par écrit avant 12h00 (heure d'Europe centrale) le jour correspondant.

3.2 Annulation par la Poste

La Poste a le droit d'annuler des réservations s'il s'agit de promouvoir ou de vendre des marchandises ou des prestations qui entrent dans le cadre du chiffre 1.1.2 ou si la clientèle est active dans un secteur concerné par l'ouverture du réseau, sans avoir pour autant le statut de partenaire.



4. Prix, loyer, charges

Tous les prix sont indiqués en francs suisses et s'entendent hors TVA éventuellement applicable. Le prix et les charges doivent en principe être payés à l'avance. La Poste est en droit de facturer à la clientèle les charges en rapport avec les paiements de loyers en retard. Dans la mesure où la clientèle dispose d'une relation de facturation avec la Poste et où il n'existe aucune restriction dues à des factures impayées ou payées en retard, elle peut opter pour le paiement sur facture. Dans ce cas, la Poste établira la facture après la fin des rapports contractuels. La facture est payable net dans un délai de 30 jours. À l'expiration du délai de paiement, un intérêt moratoire de 5% par an est dû. Toute compensation avec d'éventuelles contre-crances est exclue. La Poste se réserve le droit de céder à une entreprise chargée du recouvrement les montants impayés des factures pour lesquels le rappel est resté infructueux.

5. Durée

La relation contractuelle est conclue pour une durée déterminée. La durée d'utilisation (y compris le début et la fin de l'utilisation) est régie par les dispositions figurant dans la confirmation de réservation et est de 30 jours maximum.

6. Responsabilité

6.1 Responsabilité de la Poste

La Poste décline toute responsabilité en cas de négligence légère. Il incombe à la clientèle de prouver les dommages éventuels. Les dommages-intérêts ne peuvent excéder le prix (hors TVA). La Poste ne répond ni des dommages consécutifs ni d'un éventuel manque à gagner.

6.2 Responsabilité de la clientèle

La clientèle répond de tout dommage causé à la Poste, à ses collaboratrices et à ses collaborateurs ou à des tiers suite à une violation du contrat ou dans le cadre de l'utilisation de la surface, à moins qu'elle ne puisse prouver n'avoir commis aucune faute. Si, après le début de l'utilisation, la Poste constate une utilisation contraire à celle autorisée (en particulier au chiffre 1.1.2), elle en est droit de mettre fin au contrat avec effet immédiat. La totalité du prix convenu reste néanmoins due à la Poste. La clientèle dégage la Poste de toute prétention de tiers.

6.3 Responsabilité de Spacewise

Spacewise décline toute responsabilité en lien avec la nature des espaces mis en annonce sur le site web (locaux, conteneurs).

7. Exclusivité

La Poste ne garantit aucun droit exclusif à la clientèle. Elle se réserve notamment le droit de conclure à tout moment des contrats comparables avec d'autres clientes et clients commerciaux concernant la mise à disposition de surfaces dans ses filiales ou de promouvoir ses propres produits et prestations et de les vendre.

8. Confidentialité

Les parties traitent de manière confidentielle toutes les informations et tous les faits (ci-après dénommés «informations») qui ne sont ni de notoriété publique ni accessibles au public. En cas de doute, les informations doivent être traitées de manière confidentielle. La présente obligation de confidentialité vaut avant même la conclusion de la convention et subsiste au-delà de son expiration. Demeurent réservées les obligations d'informer prévues par la loi. Les parties soumettent leurs collaboratrices et leurs collaborateurs à l'obligation de traiter de manière confidentielles toutes les informations nécessaires à la fourniture des prestations qui ne sont pas accessibles au public. La Poste peut subordonner la conclusion du contrat à l'établissement d'une déclaration supplémentaire de protection des données et de confidentialité.

En cas de violation des obligations de confidentialité (secret postal et secret des télécommunications compris) par l'une des parties, l'autre partie est autorisée à résilier le contrat avec effet immédiat et sans préavis.



9. Protection des données

9.1 Restrictions

La Poste est seule responsable du traitement des données qui intervient dans le cadre des prestations qui lui sont effectivement commandées. Si la clientèle conclut dans ce cadre des contrats directs avec des tiers (en particulier aussi avec Spacewise) ou accepte des conditions de tiers, le traitement de données correspondant effectué par ces tiers est régi par leurs dispositions.

9.2 Généralités

Dans le cadre de l'enregistrement et du traitement des données personnelles, la Poste respecte la législation en vigueur, en particulier la législation sur la protection des données. Elle met en place des mesures techniques et organisationnelles appropriées pour protéger les données clients contre tout traitement non autorisé, toute suppression, perte, destruction, modification ou détérioration involontaire et traite les données de façon confidentielle.

9.3 Finalités

La Poste traite les données personnelles à différentes fins.

(a) Exécution des prestations et maintien des recettes

La Poste traite les données en vue d'exécuter le contrat, afin de pouvoir honorer les offres et remplir les obligations contractuelles et administratives. À cet égard, la Poste traite les données personnelles uniquement que dans la mesure où celles-ci sont nécessaires à la fourniture des prestations, à la sécurité de l'exploitation et de l'infrastructure, à l'établissement des factures et à la prévention des fraudes.

(b) Développement de produits, gestion de la clientèle et conseil

La Poste est autorisée à traiter des données en vue de l'exécution correcte et la gestion d'une relation clientèle utile du point de vue commercial et afin de garantir une qualité élevée des prestations. De même, la Poste est en droit de traiter des données à des fins de gestion, d'analyse ou de développement de son portefeuille de produits et de ses prestations.



(c) Études de marché

Pour permettre à la Poste d'élaborer une offre adaptée au marché, la clientèle accepte que la Poste enregistre et traite les données mises à sa disposition à des fins d'études de marché (p. ex. sondage sur la satisfaction de la clientèle).

9.4 Anonymisation des données personnelles

La Poste est autorisée à anonymiser les données personnelles qu'elle traite et à les traiter à d'autres fins sous une forme anonymisée. Lors de ce traitement, la Poste et les autres parties éventuellement chargées du traitement des données n'ont plus la possibilité d'établir un lien avec les personnes concernées.

9.5 Transfert à des tiers

Différents prestataires (sous-traitants) aident la Poste à fournir des prestations à la clientèle. Ces prestataires peuvent être des entreprises externes, mais aussi des sociétés du groupe Poste. La Poste sélectionne ses prestataires avec soin et veille à ce que lesdits prestataires respectent les dispositions relatives à la protection des données. En fonction de la contribution et de la prestation des prestataires, la Poste leur donne accès aux seules données nécessaires à la fourniture de la prestation. La Poste fait appel à Spacewise pour tous les traitements de données liés au traitement des paiements (paiements en ligne, facturation, exécution du contrat). Les tiers peuvent être domiciliés à l'étranger.

10. Clause salvatrice

Si l'une des dispositions des présentes CG devait s'avérer nulle, incomplète, illicite ou inexécutable, la validité des autres dispositions n'en serait pas affectée. Le cas échéant, les parties s'engagent à remplacer immédiatement la disposition concernée par une disposition valable et licite dont le contenu se rapproche le plus possible des intentions initiales,

11. Modification des CG

La Poste peut à tout moment modifier les présentes CG et l'offre de prestations ou interrompre la prestation. La nouvelle version des CG sera publiée aussi bien sur ce site web que sur le site web de la Poste (www.poste.ch/cg).

12. Succession légale et cession

En cas de reprise, de fusion, de transformation, etc. de l'activité commerciale de la clientèle, celle-ci est tenue de transférer à son successeur juridique l'obligation d'exécuter le contrat; jusqu'à révocation écrite par la Poste, la clientèle peut être elle-même assigné en justice à tout moment. La cession partielle ou totale du contrat à des tiers n'est pas admise.

13. Droit applicable et for

Les contrats sont régis exclusivement par le droit suisse. Cela s'applique également à la clientèle de l'étranger. Le for est Berne.