



Conditions d'acceptation des annonces publicitaires dans la revue *ISO Management Systems*

Le Secrétariat central de l'ISO (*ISO/CS*) utilise les critères suivants pour décider quelles annonces il accepte de publier dans *ISO Management Systems*, mais se réserve le droit de refuser ou d'annuler en tout temps toute annonce, sans avoir à fournir de raison ou de justification :

1. L'annonceur assume la responsabilité totale et la responsabilité du fait du produit en cas de poursuite juridique découlant d'une annonce publicitaire publiée dans la revue *ISO Management Systems*. L'ISO/CS et les membres de l'ISO ne pourront être tenus responsables de préjudices ou de coûts liés à la publication d'une annonce publicitaire ou à la non-publication d'une telle annonce, hormis le coût de l'annonce, qu'elle qu'en soit la raison ou la cause.
2. L'acceptation de l'annonce publicitaire ne doit en aucune façon être interprétée comme une forme de cautionnement, par l'ISO ou par un organisme tiers (sauf indication contraire), de l'annonce, de l'annonceur ou de l'organisation, du système, du produit ou du service de l'annonceur. L'ISO rejette expressément tout cautionnement de ce type, qu'il soit ou non implicite.
3. L'ISO/CS n'acceptera aucune annonce publicitaire jugée susceptible d'aller à l'encontre des intérêts de l'ISO et de ses membres.
4. L'acceptation de l'annonce publicitaire peut être subordonnée à la signature de l'annonceur certifiant par écrit l'exactitude de toute éventuelle déclaration faite dans ladite annonce quant à la conformité du produit, système ou service annoncé à une ou plusieurs normes. Ceci concerne les déclarations selon lesquelles un produit ou service « est conforme à », « est conçu selon », « répond aux exigences de » ou « est en conformité à » une ou plusieurs normes. Les annonceurs doivent être prêts à apporter la preuve de toute homologation ou agrément mentionné dans l'annonce. Les publicités sujettes à caution seront examinées avant d'être imprimées dans la revue. Toute acceptation d'une publicité dans *ISO Management Systems* ne doit en aucune façon être interprétée comme signifiant ou impliquant que l'ISO ou un organisme tiers a décidé ou a l'intention de se charger d'une quelconque façon de déterminer l'exactitude ou la qualité d'une déclaration quelle qu'elle soit, faite par l'annonceur.
5. L'acceptation de l'annonce peut être subordonnée à la signature de l'annonceur certifiant par écrit qu'il est autorisé à utiliser l'intégralité du contenu et de la matière de l'annonce et les informations annexes qu'elle est susceptible de renfermer, notamment : (a) les noms et/ou illustrations; (b) tout matériel faisant l'objet de droits d'auteur, les marques et/ou représentations de biens et services déposés; et (c) toute attestation et homologation indiquée dans l'annonce.
6. L'ISO/CS n'acceptera pas d'annonce publicitaire contenant des observations de nature à dénigrer les concurrents de l'annonceur ou l'organisation, les produits, les systèmes ou les services d'un concurrent.
7. L'annonceur reconnaît que le nom et le logo ISO, qui sont la propriété enregistrée de l'Organisation internationale de normalisation, ne doivent en aucun cas être utilisés dans une activité commerciale quelconque d'une manière susceptible d'indiquer explicitement ou implicitement que l'ISO avalise l'annonceur ou l'organisation, le produit, le système ou le service de l'annonceur.
8. L'ISO/CS n'acceptera pas de publicité discriminatoire. Les motifs de discrimination peuvent être notamment, sans s'y limiter, liés au sexe, à la race, à la religion, à la nationalité, à

l'orientation sexuelle, à l'âge ou à tout handicap physique. L'ISO/CS n'acceptera pas d'annonce de nature à promouvoir l'emploi de drogues, alcool et tabacs illicites ou une conduite impropre.

9. L'Accord de publicité portera sur le nombre de numéros de la revue convenu. Les conditions initiales ne seront pas renouvelées de manière automatique.
10. L'ISO/CS ne garantit pas un emplacement spécifique pour l'annonce publicitaire, hormis pour la page intérieure de couverture et les pages 3 et 4 de couverture. L'ISO/CS ne sera pas tenu responsable des erreurs figurant dans le texte de la publicité. En cas d'erreurs dans les éléments essentiels, à savoir le nom de l'annonceur et les informations relatives aux contacts, la seule formule à disposition de l'annonceur sera la publication d'une version corrigée de la publicité dans le numéro suivant de la revue, sous réserve de la disponibilité d'espace publicitaire.
11. L'annonceur accepte la politique de confidentialité de l'ISO énoncée à l'adresse <http://www.iso.org/iso/en/xsite/privacy.html>
12. Les présentes conditions sont soumises à la législation suisse. Tout litige, différend ou réclamation découlant de ou relatif à ces conditions devra faire l'objet d'une médiation. Si et dans la mesure où un tel différend n'a pu être réglé par voie de médiation, il sera tranché par arbitrage.
13. L'annonceur convient que l'ISO/CS peut : (1) réviser les termes et conditions du présent Accord, et/ou (2) changer en tout temps une partie des services fournis en vertu de cet Accord. Ces révisions ou modifications seront contraignantes et prendront effet 30 jours après notification à l'annonceur par courriel. Si l'annonceur n'accepte pas une révision quelconque de l'Accord, il peut mettre un terme à l'Accord en tout temps en avisant dûment l'ISO/CS. L'avis de cessation de contrat prendra effet dès réception et traitement. Tout montant payé par l'annonceur au cas où celui-ci dénonce l'Accord en raison de changement de ces conditions sera remboursé.