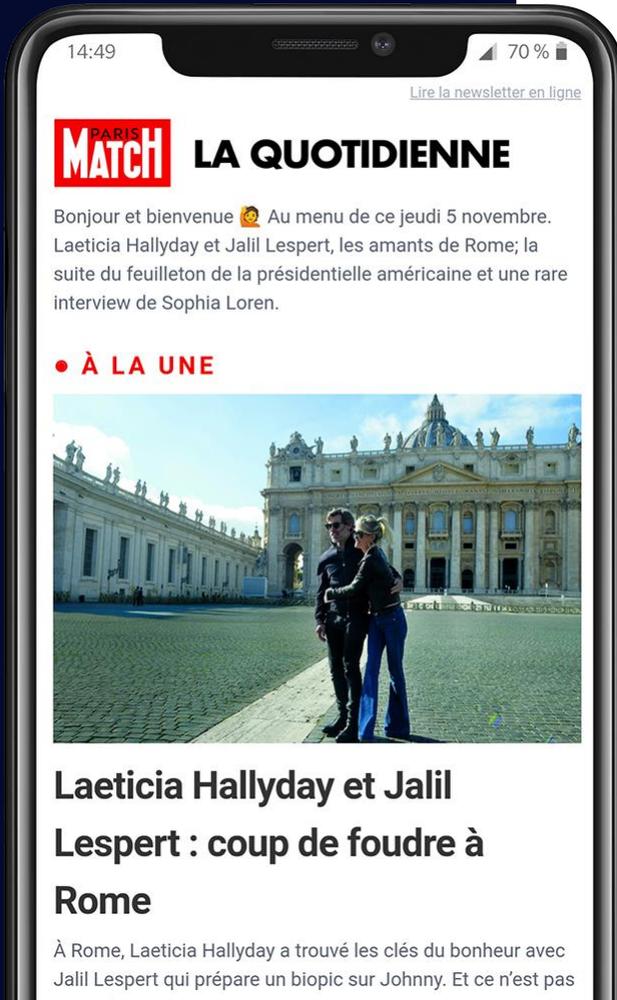


DIGITAL

**CONDITIONS  
GÉNÉRALES  
DE VENTE  
2021**

# FAIRE LE CHOIX DE MÉDIAS PREMIUM AUX CONTENUS SOIGNÉS ET EXIGEANTS



## 01. POURQUOI LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ? 3

La régie	4
Des marques de confiance	6
Puissance de nos sites et applications	7
Des marques complémentaires	8
Nos engagements	9

## 02. DES SOLUTIONS PUBLICITAIRES ADAPTÉES À VOS BESOINS 10

A. Nos solutions classiques « quick-win »	11
B. Nos solutions sur mesure pour « créer l'évènement »	27
C. Comment nous acheter ?	30

## 03. TARIFS & CONDITIONS COMMERCIALES 32

## 04. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE 35

01.

POURQUOI LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ?

# UNE RÉGIE QUI TOUCHE 57% DES FRANÇAIS <sup>(1)</sup>

**DIGITAL**

**Europe 1**

UNE MARQUE D'INFO  
& DE DIVERTISSEMENT  
INNOVANTE & INFLUENTE

**PARIS MATCH**

LA MARQUE  
DE TOUTE  
L'ACTUALITÉ

**Le Journal du Dimanche**

UNE MARQUE  
D'INVESTIGATION  
& D'INFLUENCE

**Europe 2**  
LE MEILLEUR SON

LA MARQUE  
POP ROCK ÉLECTRO  
DES TRENTENAIRES

**RFM**  
LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE

LA MARQUE  
GRAND PUBLIC  
ET FAMILIALE

**FG.**  
(AUDIO DIGITAL)

LA RÉFÉRENCE  
EUROPÉENNE DE LA  
MUSIQUE ÉLECTRO

**RADIO**

**Europe 1**

**RFM**  
LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE

**Europe 2**  
LE MEILLEUR SON

**FG.**

**oui FM**

**19** Millions  
d'auditeurs sur 3 semaines <sup>(3)</sup>

**PRESSE**

**PARIS MATCH**

**Le Journal du Dimanche**

**11** Millions  
de lecteurs par mois <sup>(4)</sup>

**12** Millions  
de visiteurs uniques par mois <sup>(2)</sup>

Source : (1) Médiamétrie étude Cross, 2020.1, couverture 1 mois, Radio, Internet Fixe, Internet mobile, Internet tablette, Presse, Hors Radio FG et Oui FM (2) Médiamétrie/NetRatings, Audience Internet Global - France - Base 2 ans et + - visiteurs uniques, Septembre 2020, Europe 1 + Paris Match + JDD + Europe 2 + RFM (hors Radio FG), Site et application (3) Panel Médiamétrie 2019-2020, 5h-24h, Période complète 23 jours, Couverture maximale, Hors Radio FG et Oui FM, (4) JONE NEXT GLOBAL V4 Indicateur Print 30 jours

# DES MARQUES ANCRÉES DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

## DES MÉDIAS DE CONFIANCE ...

Europe 1

83%

DES FRANÇAIS 15-70 ANS AYANT ÉCOUTÉ  
EUROPE 1 AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS  
ONT **CONFIANCE** EN LA MARQUE <sup>(1)</sup>

Le Journal  
du Dimanche

73%

DES FRANÇAIS 15-70 ANS AYANT LU  
LE JOURNAL DU DIMANCHE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS  
ONT **CONFIANCE** EN LA MARQUE <sup>(1)</sup>

## ... QUI ENGAGENT LES FRANÇAIS

Europe 1

PARIS  
MATCH

Le Journal  
du Dimanche

Europe 2  
LE MEILLEUR SON

RFM  
LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE

FG.

63%

DES FRANÇAIS 15-70 ANS SE DÉCLARENT **ATTACHÉS** À AU MOINS  
UNE MARQUE DE LA RÉGIE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS <sup>(2)</sup>

# DES SITES & APPLICATIONS PUISSANTS SUR LES PRINCIPALES CIBLES MARCHÉ

**25-59 ANS**

**7 Millions** de V.U. / mois

**26%** de Couverture

Indice **125**

## CIBLE CONSO

**RDA**

**7,1 Millions** de V.U. / mois  
**26%** de Couverture  
Indice **125**

## CIBLES INFLUENTES

**CSP+I**

**4,1 Millions** de V.U. / mois  
**30%** de Couverture  
Indice **143**

**Cadres**

**1,9 Million** de V.U. / mois  
**31%** de Couverture  
Indice **145**

# AVEC DES PROFILS COMPLÉMENTAIRES

## LES CIBLES INFLUENTES

**5,3 Millions**

de visiteurs uniques/mois

+160 000 EN 1 AN

**Europe 1**

**35 ANS ET + CSP+I** (indice 143)  
**CADRES** (indice 136)

**5,1 Millions**

de visiteurs uniques/mois

+426 000 EN 1 AN

**PARIS  
MATCH**

**FEMMES 35 ANS ET +** (indice 153)  
**FEMMES CSP+I** (indice 170)

**2,8 Millions**

de visiteurs uniques/mois

+650 000 EN 1 AN

**Le Journal  
du Dimanche**

**35 ANS ET + CSP+I** (indice 165)  
**CADRES** (indice 158)

**LA MARQUE NEWS LA PLUS EN AFFINITÉ  
AVEC LES CSP+I ET LES 35 ANS ET + CSP+I\***

## LES FAMILLES ET LES RESPONSABLES DES ACHATS

**255 000**

visiteurs uniques/mois

**RFM**

LE MEILLEUR DE LA MUSIQUE

**FEMMES 35 ANS ET +** (indice 218)  
**RDA** (indice 151)

**LA 2<sup>ème</sup> MARQUE MEDIA TV/RADIO  
LA PLUS EN AFFINITÉ AVEC LES FEMMES 35 ANS ET +**

## LES JEUNES ACTIFS

**1,2 Million**

de visiteurs uniques/mois

**Europe 2**

LE MEILLEUR SON

**25-34 ANS** (indice 217)

**LA 2<sup>ème</sup> MARQUE MEDIA TV/RADIO  
LA PLUS EN AFFINITÉ AVEC LES 25-34 ANS**

# UNE RÉGIE **ENGAGÉE** POUR SES CLIENTS

Un environnement publicitaire **optimisé**  
autour de la **visibilité** et de **l'engagement**

- Mise en place du « **LAZY LOADING** » sur la majorité de nos sites
- Une **RATIONALISATION** du nombre de formats par page
- Favorisation du **CLICK-TO-PLAY** sur l'inventaire **vidéo** des sites Europe 1 et Paris Match



02.

DES SOLUTIONS PUBLICITAIRES  
ADAPTÉES À VOS BESOINS



CLASSIQUE

NOS SOLUTIONS

**QUICK-WIN**

02 . A

11

# DISPLAY



**131 Millions**  
d'impressions par mois

# VIDÉO



**41 Millions**  
d'impressions par mois

# AUDIO DIGITAL

# NEWSLETTER



**59 Millions**  
d'impressions par mois

**02.A**

CAPTEZ L'ATTENTION D'UNE **AUDIENCE DÉJÀ ONBOARDÉE** DANS NOS UNIVERS NEWS OU DIVERTISSEMENT, AVEC DES DISPOSITIFS QUI **S'INSÈRENT PARFAITEMENT** AU SEIN DE NOS CONTENUS

**DISPLAY**



**VIDÉO**



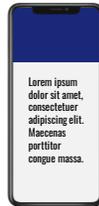
# LE DISPLAY

DU TRAFIC À LA VISIBILITÉ, LES FORMATS CLASSIQUES IAB INDISPENSABLES DANS TOUTES VOS CAMPAGNES

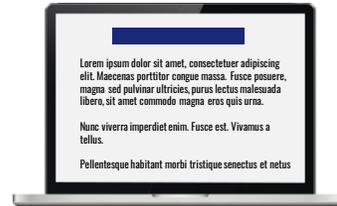
FORMATS BANNIÈRES



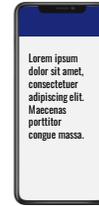
**Skin desktop**  
(1800x1000) / (1500x800)



**Skin mobile**  
(640x300)



**Bannière**  
(728x90)



**Bannière mobile**  
(320x100)  
(320x50)



**Masthead**  
(970x250)

FORMATS PAVÉS



**Pavé**  
(300x250)



**Grand angle**  
(300x600)



**Skyscraper**  
(160x600)

FORMATS APPLICATION



**Bannière**  
(320x50)



**Interstitial**  
(320x480)

# LE DISPLAY

COVER, LE FORMAT INNOVANT POUR ÉVÈNEMENTIALISER VOTRE CAMPAGNE

## COMMENT ÇA MARCHE ?

### AU CHARGEMENT



30% de la surface  
de l'écran



### EXPAND (Rollover\* / toucher)



70% de la surface  
de l'écran



### SCROLL



10% de la surface  
de l'écran

## LE FORMAT COVER ▶

## QUELS SONT LES AVANTAGES ?

### VISIBLE ++

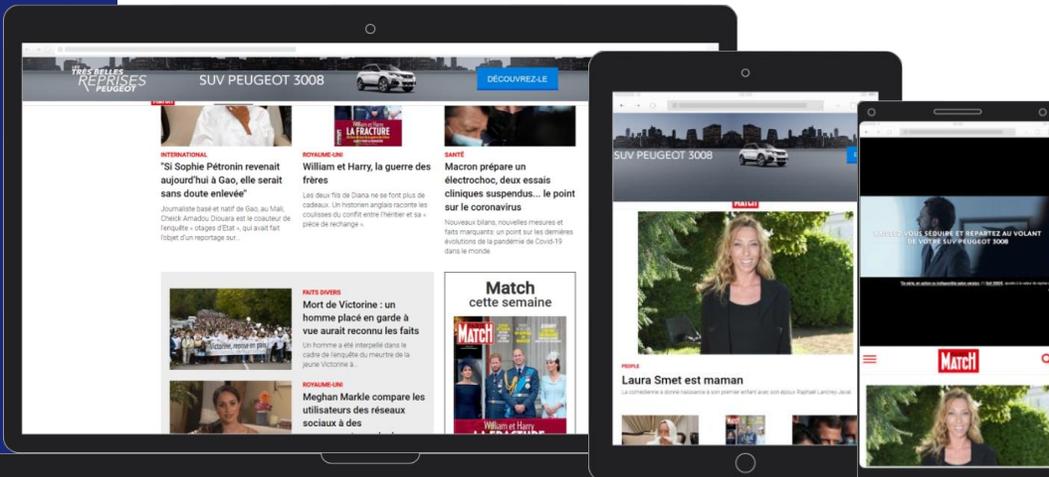
Un format **sticky**  
qui suit l'utilisateur  
dans sa navigation

### PERSONNALISABLE

Ajouter un **display**  
**compagnon**  
qui se dévoile  
au scroll, mettre  
en place un **compte**  
**à rebours**, ...

### NON-INTRUSIF

Son en **off** par défaut  
  
Fermeture de l'expand  
**automatiquement**  
à la fin de la vidéo /  
après 5 secondes  
si l'expand est statique



# LA VIDÉO

DES FORMATS **RICHES** À FORTE **VISIBILITÉ**, PARFAITEMENT ADAPTÉS À VOS MESSAGES **BRANDING**



## IN-STREAM

Un format pré-roll vidéo sur l'ensemble de nos vidéos de marque réalisées par nos experts.

**82%** de taux de **visibilité**

**78%** de taux de **complétion à 100%**

## OUT-STREAM

Un format qui s'insère au cœur du contenu de nos marques et se lance au fil de la lecture de la page.

**75%** de taux de **visibilité**

UN FORMAT **INTIMISTE** POUR PARLER DE **VOUS**, VOS **ENGAGEMENTS**,  
VOS **NOUVEAUTÉS**



**AUDIO DIGITAL**

**JUSQU'À 49%**

**D'ÉCOUTE AU CASQUE**  
(selon le format)

Source : Médiamétrie Global Audio, 2020

# L'AUDIO DIGITAL

LE PODCAST, LE FORMAT POUR COMMUNIQUER EN **EXCLUSIVITÉ**



## PODCASTS REPLAY

Un format pré-roll audio en **exclusivité** sur la majorité de nos contenus replay radio. Ce format est également disponible en **part de voix** sur le podcast « Hondelatte Raconte » afin de s'adapter à vos besoins en termes de volume.

### DÉFINITION **PODCASTS**

Produits audio finis (à l'inverse d'un flux continu). Ils peuvent être soit un replay de nos émissions radios, soit natifs.

## PODCASTS NATIFS

Il s'agit de nos podcasts nés sur le digital. Culture, Histoire, société, **Europe 1 Studio** vous propose un large choix de podcasts en fonction de vos besoins. 3 possibilités d'associations s'offrent à nos partenaires :

### SPONSORING

de l'un de nos podcasts natifs

### MÉDIATISATION

de votre podcast natif à travers l'ensemble de nos écosystèmes de marques

### CRÉATION

avec Europe 1 Studio de votre propre podcast natif

**SUR MESURE**

# L'AUDIO DIGITAL

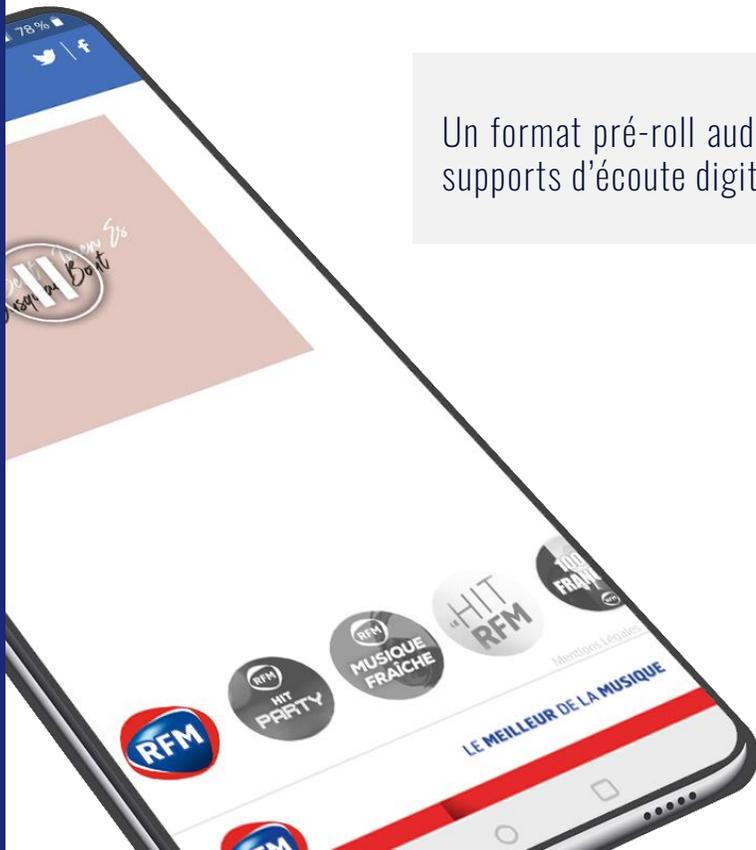
LE LIVE AUDIO, LA SOLUTION POUR **ÉMERGER** DANS UN CADRE **HORS ÉCRAN** PUBLICITAIRE

## LIVE AUDIO

Un format pré-roll audio en **exclusivité** avant le lancement de nos flux directs sur les supports d'écoute digitaux.

### DÉFINITION **LIVE**

Flux de nos stations diffusés sur des supports numériques



# L'AUDIO DIGITAL

LES WEBRADIOS, UN CONTENU **ULTRA-THÉMATISÉ** AVEC ENVIRONNEMENT PUBLICITAIRE **RATIONALISÉ**



## WEBRADIOS

Un spot audio en **exclusivité sur le ¼ d'heure**, avec une présence de 3 spots par heure

### DÉFINITION **WEBRADIOS**

Flux audio, accolés à nos marques et différents du live audio : leurs contenus sont spécifiques et thématiques (autour d'un genre musical, ...)

**33**

Webradios au sein de l'univers Lagardère Publicité News

# L'AUDIO DIGITAL

NOS INNOVATIONS POUR **AMPLIFIER** L'IMPACT DE VOTRE MESSAGE

## HANDSHAKE & DISPLAY COMPAGNON

Sur nos univers applicatifs, associez un display compagnon à votre spot audio ou proposez à l'utilisateur de se rendre sur une de vos pages web en secouant son device.

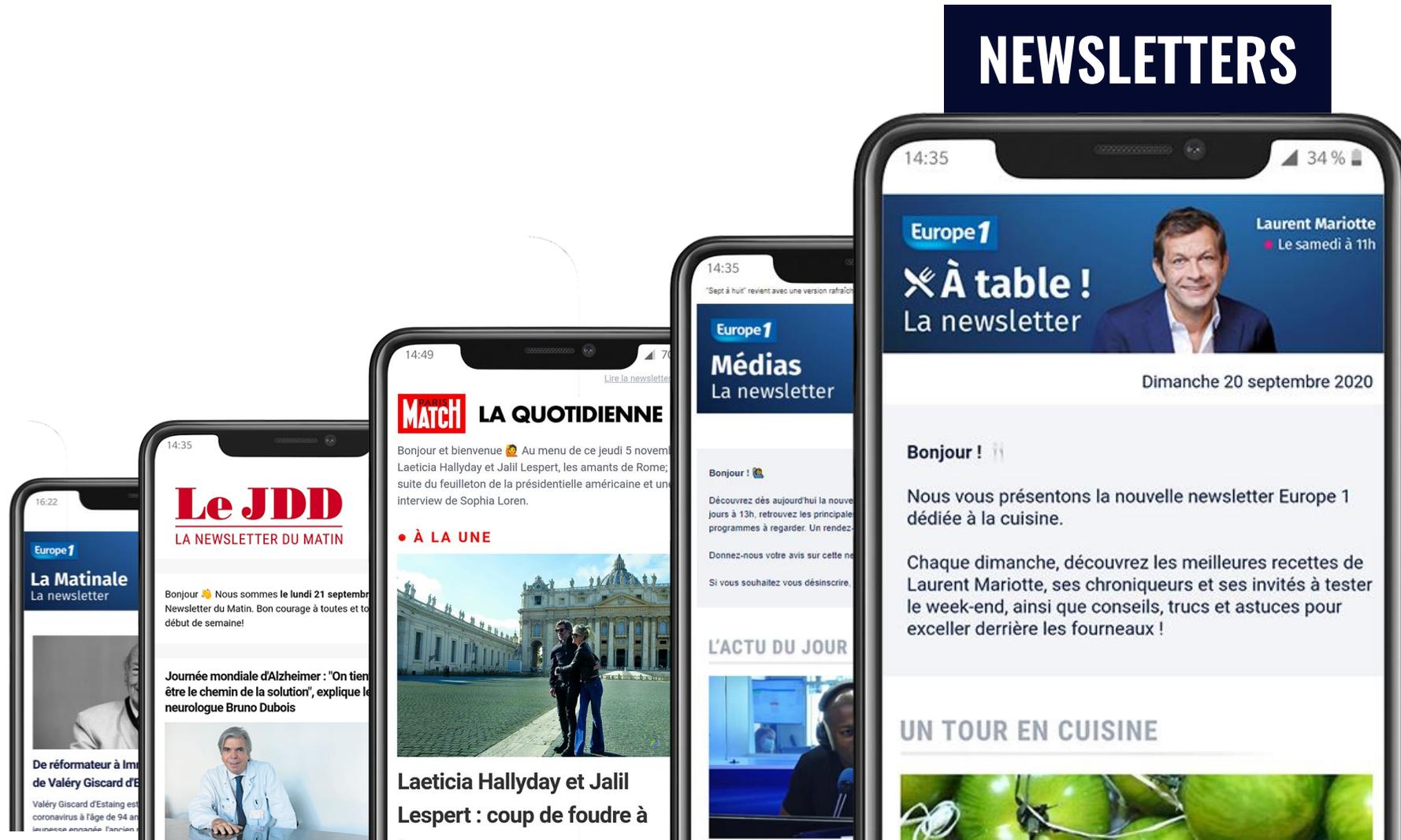


## DCO

Adaptez le contenu de votre publicité digitale en temps réel au contexte dans lequel évolue votre cible (météo, zone géographique)



# ASSOCIEZ-VOUS À NOS NEWSLETTERS THÉMATIQUES POUR UNE COMMUNICATION DANS UN CONTEXTE ULTRA-AFFINITAIRE.



# LES NEWSLETTERS ACTU'



RACONTER LE MONDE  
QUI CHANGE

INVESTIGATION & INFLUENCE

## NEWSLETTERS

Un format pavé intégré au sein du contenu de nos newsletters.

**Le Journal du Dimanche** 70k Abonnés « Actifs » | 33% Taux d'ouverture

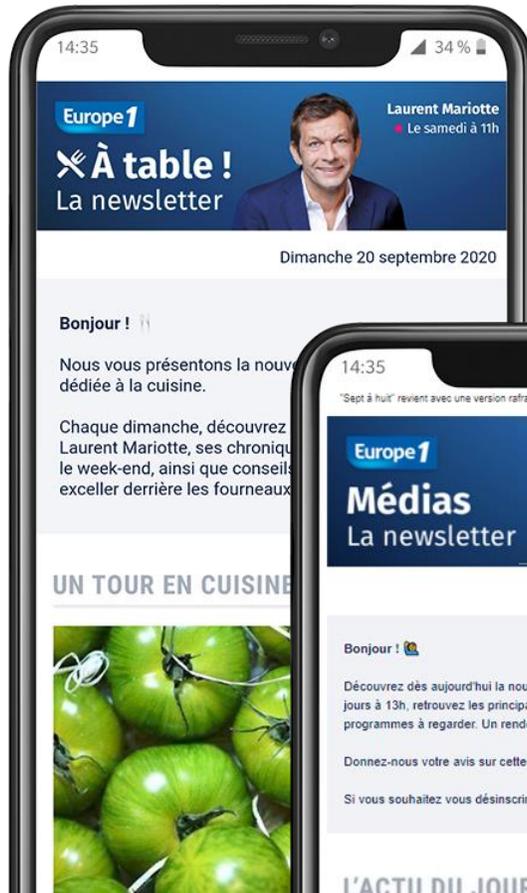
**Europe 1** 71k Abonnés « Actifs » | 47% Taux d'ouverture

**PARIS MATCH** NOUVEAUTÉ

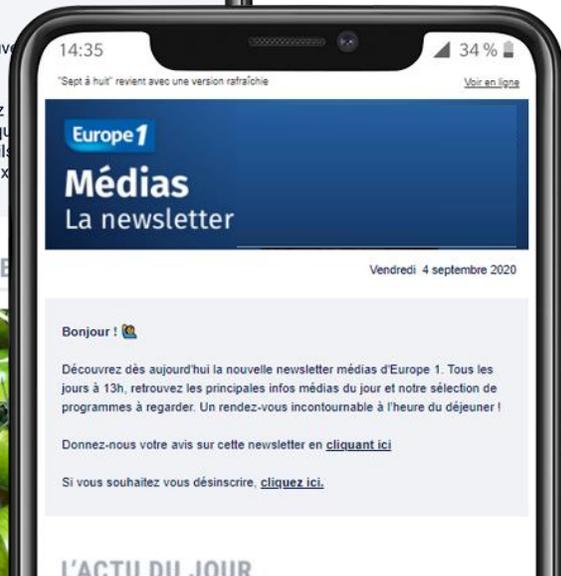
TOUTE L'ACTUALITÉ

# LES NEWSLETTERS THÉMATIQUES

## GASTRONOMIE



## MÉDIAS



## NEWSLETTERS

Un format pavé intégré au sein du contenu de nos newsletters.

À table!  
La newsletter

**78k** Abonnés  
« Actifs »

**41%** Taux  
d'ouverture

Médias  
La newsletter

**77k** Abonnés  
« Actifs »

**44%** Taux  
d'ouverture

APPORTER ENCORE PLUS DE **PRÉCISION** À VOTRE CAMPAGNE PUBLICITAIRE  
EN ACTIVANT LA **DATA**

**USER CENTRIC**

**CONTEXT CENTRIC**



© Istock – redrhino78

# LA DATA

UN **CIBLAGE PRÉCIS** DE VOS PROFILS D'INTÉRÊT DANS UN ENVIRONNEMENT **BRAND SUITABLE**

## SEGMENTATION

2 types de segments possibles : **user-centric** et **context-centric**

### SEGMENTS USER-CENTRIC

Critères liés au profil de l'utilisateur : sexe, âge, niveau d'éducation, intérêts, ...

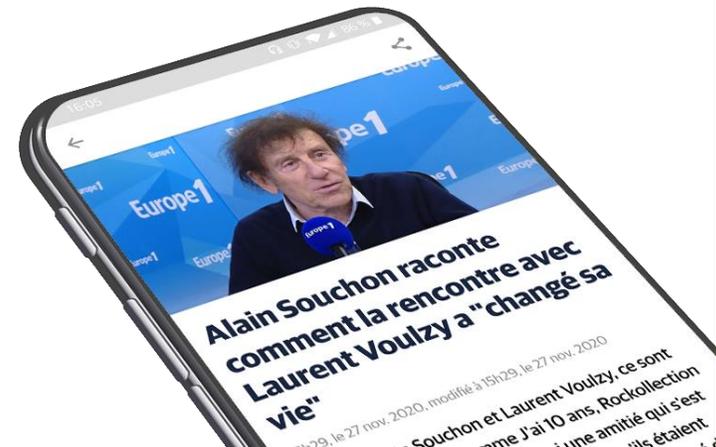
### SEGMENTS CONTEXT-CENTRIC

Critères liés à la typologie de nos contenus : type, catégorie, profil de l'audience, usages, ...

Des taux de **REACH SIGNIFICATIFS** pour assurer la **PERFORMANCE** de vos campagnes



© Istock - Deagreez





OPÉRATIONS SPÉCIALES

NOS SOLUTIONS

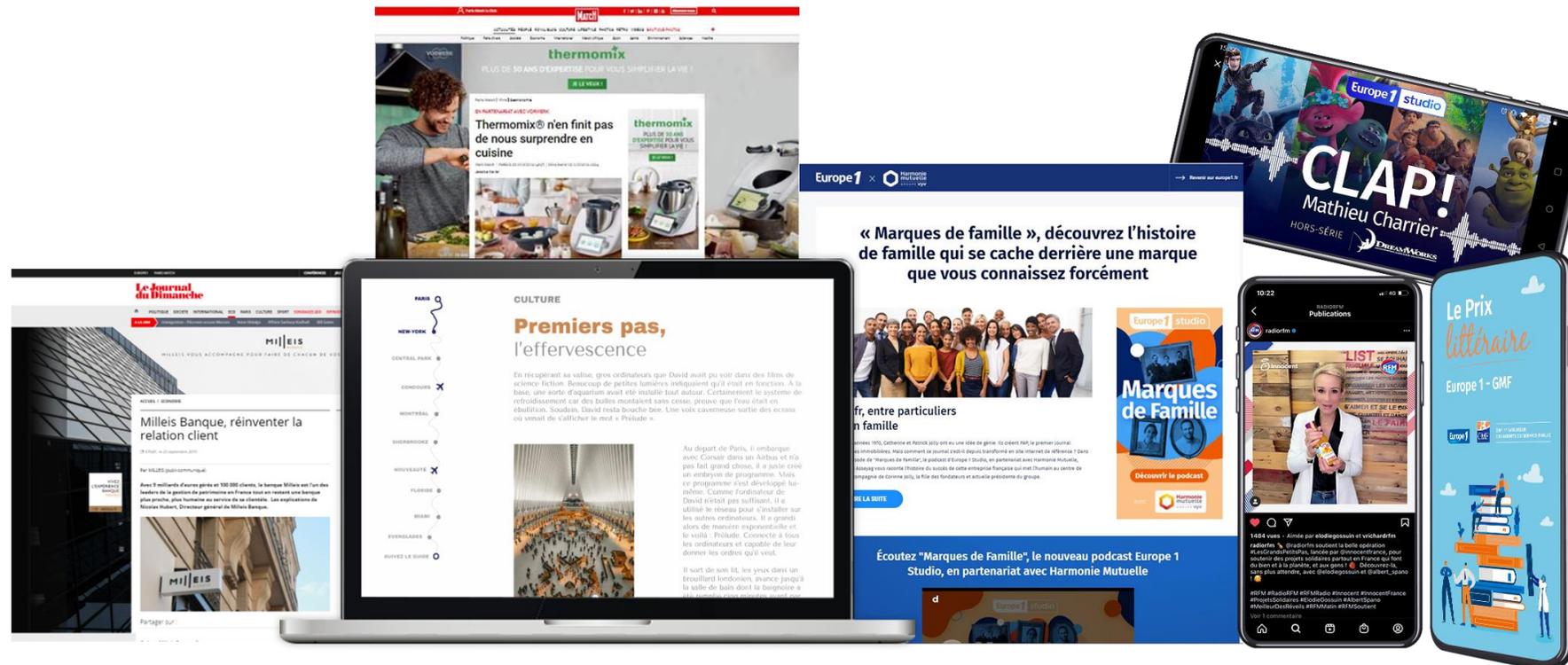
# SUR MESURE

02 . B

27

# HORS DES SENTIERS BATTUS ?

LA CELLULE **OPÉRATIONS SPÉCIALES** DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS IMAGINE ET CONÇOIT AVEC VOUS DES DISPOSITIFS DE COMMUNICATION SUR MESURE ET INNOVANTS



**PODCAST NATIF**  
**SOCIAL**

**JEU CONCOURS**  
**PUBLI-RÉDACTIONNEL**

**ESPACE DÉDIÉ AVEC CRÉATION DE CONTENU**

**LONGFORM**  
**CAUTION VOIX ANTENNE**

# LA SOCIAL ROOM

JOUEZ LA CARTE DU **CONTACT DIRECT** AVEC VOS CLIENTS

## UN ESPACE D'EXPRESSION PRIVILÉGIÉ

Une tribune de choix pour **valoriser vos engagements** et vos actions à travers un dialogue animé par nos journalistes et un expert décideur de votre marque.

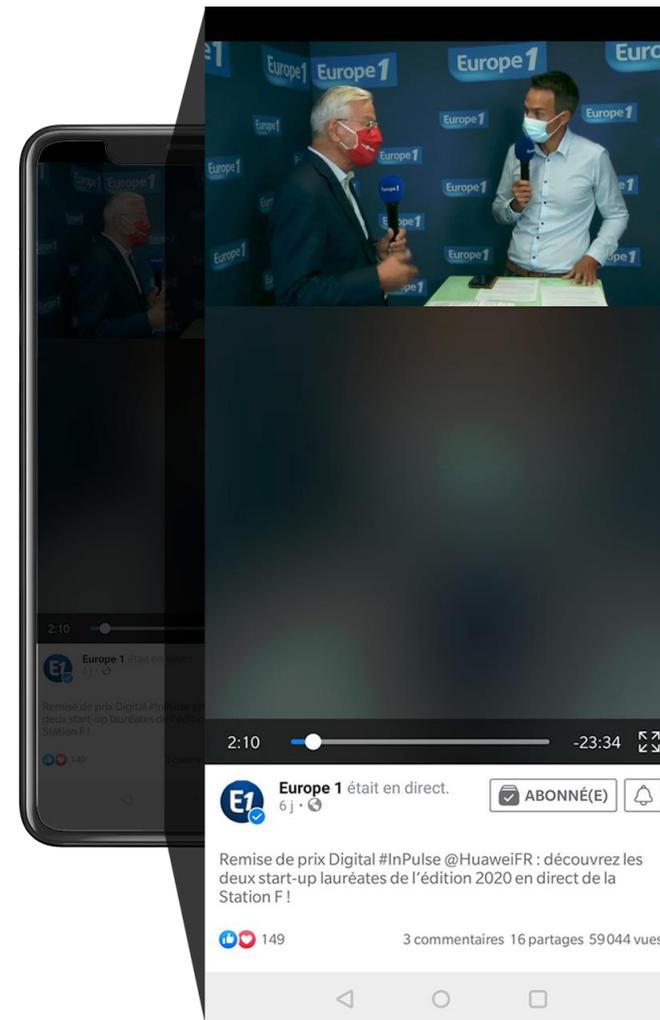
Un échange basé sur une série de questions partagées avec nos socionautes lors d'un **Facebook live**.

Europe 1

PARIS  
MATCH

Le Journal  
du Dimanche

Lagardère  
PUBLICITÉ NEWS





CLASSIQUE

COMMENT NOUS

**TROUVER ?**

02 . c

30

# NOS CANAUX D'ACHAT

RETROUVEZ TOUTES LES **INFORMATIONS** NÉCESSAIRES POUR NOUS CONTACTER

GRÉ À GRÉ

PROGRAMMATIQUE

GARANTI

PREFERRED  
DEAL

OPEN RTB

 **xandr**  
DISPLAY  
**10251**

 **Google Ad Manager**  
VIDÉO & IN-APP  
**21796898026**

 **SoundCast**  
WEBRADIOS / PODCASTS

**adswizz**  
LIVE / PODCASTS

# 03.

## TARIFS & CONDITIONS COMMERCIALES

## LES FRAIS TECHNIQUES

Aucune remise ni majoration ne s'appliquera sur les frais techniques.

## DÉFINITIONS

Le chiffre d'affaires brut payant :

Le chiffre d'affaires brut payant correspond au chiffre d'affaires brut déduction faite des éventuels messages gracieux ou en échange.

Le chiffre d'affaires net facturé :

Le chiffre d'affaires net facturé correspond au chiffre d'affaires brut payant déduction faite des éventuelles remises, hors remise professionnelle et remise de cumul des mandats.

Le chiffre d'affaires net net facturé :

Le chiffre d'affaires net net facturé correspond au chiffre d'affaires net facturé déduction faite de la remise professionnelle et de la remise de cumul des mandats (applicables en cascade dans cet ordre).

## A - LES REMISES

Les remises s'appliquent en cascade sur le brut payant après majoration.

### 1- LA REMISE VOLUME

Cette remise est réservée à une marque sur la base du chiffre d'affaires brut payant. Cette remise s'applique pour chaque campagne achetée.

- > 50 000 € **2%**
- > 100 000 € **5%**
- > 200 000 € **11%**

- > 300 000 € **17%**
- > 400 000 € **24%**
- > 500 000 € **30%**

### 2- LA REMISE CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES (SIG) ET GRANDES CAUSES

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires brut payant des annonceurs et n'est cumulable qu'avec la remise professionnelle et le cumul des mandats, à l'exclusion de toute autre remise.

**- 40%** sur le CA brut payant

### 3- LA REMISE PROFESSIONNELLE

Cette remise s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé des annonceurs dont la gestion des ordres de facture est assurée par un mandataire.

**- 15%** sur le CA net facturé

#### 4- LE CUMUL DES MANDATS

Cet abattement s'applique sur le chiffre d'affaires net facturé des annonceurs dont la gestion des ordres de règlement des factures est assurée par un mandataire, qui a présenté à LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS une attestation de mandat selon le modèle fourni.

- 3% sur le CA net facturé

## B - LES CONDITIONS COMMERCIALES DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS

### 1- LA DIFFUSION

- Diffusion linéaire non garantie.
- Accès prioritaire aux campagnes ayant le CPM le plus élevé.



# 04.

## CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

# 1- CHAMPS D'APPLICATION, ACCEPTATION ET ENTRÉE EN APPLICATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTES

**1.1/** Les présentes conditions générales de vente (ci-après les « CGV ») s'appliquent aux Ordres de Publicité (ci-après « OI »), contrats d'achat d'espaces publicitaires ou d'impressions publicitaires et de prestations d'Opérations Spéciales réservés auprès de et/ou conclus avec la société LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, dans les Supports Digitaux et/ou en lien/ou en association avec les Marques des Supports Digitaux pour lesquels LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS assure la régie publicitaire et des prestations de publicité digitale.

**1.2/** Toute réservation, souscription d'un Ordre de publicité et/ou d'une commande d'Opération Spéciale implique l'adhésion sans réserve aux présentes CGV et aux conditions commerciales. Les CGV prévalent sur tous les autres documents de l'Annonceur et/ou de son Mandataire (notamment commandes, demandes de réservation d'espaces publicitaires, conditions générales d'achat).

**1.3/** Les présentes CGV entrent en vigueur à compter de leur diffusion sur le site de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS. Seule la version publiée sur le site Internet de LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, accessible à partir de l'adresse URL « <http://www.lagarderenews.com> » fait foi. Elles se substituent à compter de leur entrée en application à celles précédemment communiquées.

Les présentes CGV prévalent sur tous les autres documents de l'Annonceur et/ou de son Mandataire (notamment commandes, demandes de réservation d'espaces publicitaires, conditions générales d'achat). Elles ne peuvent être modifiées que par accord dérogatoire écrit et signé par la Régie et l'Annonceur (ou par son Mandataire dûment habilité à agir au nom et pour le compte de l'Annonceur). Le fait que l'une des parties ne se prévale pas, à un moment donné, de l'une quelconque des présentes conditions générales de vente et de règlement ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque des dites conditions.

**1.4/** LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS modifie ses CGV chaque nouvelle année calendaire. Elle se réserve également la possibilité de modifier les CGV et conditions commerciales à tout autre moment, notamment si une nouvelle réglementation ou une nouvelle organisation de la Régie l'impose. La modification entrera en vigueur à compter de sa communication ou publication sur le site internet de la Régie (<http://www.lagarderenews.com>). En cas de modification en cours d'année, la Régie fera ses meilleurs efforts pour en informer les Annonceurs clients et leurs éventuels Mandataires 5 jours calendaires avant leur entrée en vigueur.

## 2- DÉFINITIONS

Annonceur : désigne au singulier ou au pluriel, tout professionnel au sens de l'article liminaire du code de la consommation français qui (i) achète des espaces publicitaires et/ou des impressions publicitaires auprès de la Régie (ii) et/ou qui commande une prestation d'Opération Spéciale à la Régie, directement ou via son Mandataire, afin de promouvoir sa marque, son enseigne, ses produits et services et pour le compte de qui la Publicité est diffusée. Dans l'hypothèse où la Loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques ne s'applique pas, les obligations qui incombent à l'Annonceur en application des présentes conditions générales s'appliquent à l'intermédiaire de l'Annonceur qui serait co-contractant direct de la Régie.

Campagnes publicitaires : prestations publicitaires faisant l'objet d'un contrat ou d'Ordre de publicité unique et portant sur des Publicités au contenu identique ou cohérent.

Cookie(s) : désigne tout cookies c'est-à-dire un fichier informatique ou tout traceur similaire, susceptible d'être installé sur le terminal d'un utilisateur lors de sa navigation sur les Supports Digitaux ou de sa consultation de la Publicité, et permettant ainsi d'enregistrer des informations relatives à sa navigation. Plus généralement ce terme désigne toute action tendant à accéder à des informations stockées dans le terminal de l'utilisateur consultant les Supports Digitaux ou la Publicité tendant à inscrire des informations dans cet équipement et visant à recueillir quelque donnée que ce soit.

Éditeur : Société éditrice du Support Digital concerné par la vente d'espace publicitaire ou la prestation d'Opération Spéciale réalisé par la Régie.

Frais Techniques : Frais Techniques désignent l'ensemble des frais (techniques ou non) relatifs à la réalisation et l'exécution de la prestation de publicité digitale et/ou la diffusion de la Publicité .

Insertion : désigne tout format publicitaire.

Jours Ouvrés : s'entendent hors samedis, dimanches et jours fériés.

Mandataire : tout intermédiaire professionnel qui intervient pour le compte et au nom d'un Annonceur pour acheter de l'espace publicitaire et/ou des impressions publicitaires, et/ou pour commander une prestation d'Opération Spéciale dans un des Supports Digitaux commercialisés par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS en vertu d'un contrat écrit de mandat.

Mandataire payeur : Mandataire à qui l'Annonceur a confié le soin de régler en son nom et pour son compte les factures de la Régie à l'Annonceur pour la vente d'espaces publicitaires et/ou d'impressions publicitaires et/ ou la réalisation d'Opérations Spéciales, suivant l'attestation de mandat.

Montant Net Tarifaire : désigne le prix d'insertion de la publicité brut payant après déduction de toute remise.

Opération spéciale : toute prestation publicitaire hors achat d'espace publicitaire classique, incluant également les opérations hors-médias.

Parties : désigne ensemble la Régie et l'Annonceur, le cas échéant représenté par son Mandataire.

Publicité : désigne tout message publicitaire, autre forme de présence commerciale, sous toute forme en vue de promouvoir directement ou indirectement la fourniture de biens et/ou de services ou à assurer la promotion d'un Annonceur et/ou proposant une offre promotionnelle d'un Annonceur.

Régie : LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS (société par action simplifiée, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Paris 538 865 064, dont le siège social est situé au 2, rue des Cévennes 75015 Paris).

Supports Digitaux : sites Internet, applications tablettes, applications mobiles, i-mag, télévision IP, ou tout autre support digital pour lesquels LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS est régie publicitaire et/ou assure des prestations de publicité digitales. Les principaux Supports Digitaux sont précisés dans les conditions commerciales.

### **3- OFFRES, TARIFS ET CONDITIONS COMMERCIALES**

**3.1/** Les remises et majorations sont mentionnées dans nos conditions commerciales qui précèdent les présentes CGV. Les propositions commerciales sont indiquées hors taxes. Les tarifs sont disponibles sur simple demande. Les tarifs ne comprennent pas les Frais Techniques ni la TVA. Une majoration pourra être appliquée pour les Messages Publicitaires ciblés et pour les vidéos hébergées par les supports digitaux.

**3.2/** Sauf mention expresse, les offres commerciales s'entendent hors exclusivité.

**3.3/** Les conditions tarifaires des offres dites "promotionnelles" et signalées comme telles, ne sont valables que pour la durée qu'elles précisent.

**3.4/** Les conditions tarifaires de l'offre faite sur devis par la Régie à l'Annonceur ou à son Mandataire ont une durée de validité de quinze (15) jours à compter de l'émission de l'offre. Sans confirmation par retour d'un ordre d'achat, les options sont annulées.

### **4- RÈGLES D'OPTION**

**4.1/** Si une option a déjà été préemptée mais non confirmée par un Annonceur dans les conditions prévues à l'article 6.1 des présentes et que le même dispositif est souhaité par un autre Annonceur, l'option initiale doit être confirmée par OI signé dans les 48 heures à compter de la réception d'un e-mail de la Régie informant l'Annonceur de l'option seconde. À défaut de confirmation écrite dans ce délai, le dispositif sera attribué au nouvel Annonceur qui aura au préalable confirmé sa date et confirmé sa demande par OI signé.

**4.2/** Moins de 10 jours Ouvrés avant la date de mise en ligne du message publicitaire, les options ne sont plus valables et dans ce cas la confirmation/réservation revient à l'Annonceur qui envoie le premier un OI signé.

## **5- COMMANDES OU ORDRES DE PUBLICITÉ (OI)**

### **5.1/ Confirmation de réservation**

Les commandes ou ordres de publicité sont adressés à la Régie par e-mail à :

[contactdigital@lagarderenews.com](mailto:contactdigital@lagarderenews.com)

### **5.2/ Condition de la réservation**

Toute réservation doit être confirmée auprès du service concerné de la Régie par l'apposition du cachet et de la signature de l'Annonceur ou de son Mandataire au nom et pour le compte de l'Annonceur, sur l'ordre d'insertion détaillé émis par la Régie. Cette confirmation devra parvenir à la Régie avant la date limite de confirmation figurant sur cet ordre d'insertion.

La Régie ne sera tenue d'exécuter ni les Ordres de publicité non signés par l'Annonceur ou son Mandataire, ni les Ordres de publicité passés par un Mandataire sans mandat dûment justifié.

Tout Ordre de publicité qui, à titre exceptionnel, serait passé par téléphone et ne serait pas confirmé par un écrit signé en raison de sa tardiveté, mais qui serait exécuté, le sera aux conditions de la Régie en vigueur au jour de la diffusion, ce que l'Annonceur ne pourra contester.

L'omission de toute confirmation écrite entraîne de plein droit la libre disponibilité pour la Régie de l'espace préalablement réservé qui pourra

être affecté à tout autre Annonceur.

L'Annonceur et son éventuel Mandataire reconnaissent et acceptent que les ordres d'Insertion signés et échangés sous format électronique ainsi que les courriers, documents et autres écrits électroniques échangés dans le cadre de la négociation et de l'exécution des ordres d'Insertion conclus avec la Régie sont des écrits électroniques au sens de la loi applicable et constituent des documents originaux ayant la même valeur et force probante qu'un écrit papier.

**5.3/** Le contrat est réputé définitif à la réception par la Régie de l'OI dûment signé et sur lequel figure le tampon de la société de l'Annonceur et/ou du Mandataire, dans le délai de validité de l'offre.

### **5.4/ Conditions Groupe**

Sont réputées constituer un seul et même Annonceur ou un groupe d'Annonceurs, toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire et/ou des impressions publicitaires auprès de la Régie, au travers d'une entité unique assurant les fonctions médias. Sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'Annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% au 1er janvier de l'année en cours par une même personne morale. Ces informations et justificatifs devront être signifiés à la Régie par lettre recommandée avec avis de réception (LRAR). L'application des conditions Groupe sera valablement effective pour les campagnes diffusées à compter de la date de l'avis de réception de la lettre recommandée par la Régie comportant les dits justificatifs. Ces conditions ne pourront en aucune manière être rétroactives.

### 5.5/ Achat par Mandataire

Tout ordre d'insertion émanant d'un Mandataire de l'Annonceur devra être accompagné d'une copie du contrat de mandat justifiant de cette qualité ou d'une attestation de mandat.

L'Annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son Mandataire. L'ordre de publicité et/ou le contrat d'achat de publicité ou d'impressions publicitaires et/ d'opérations spéciales est personnel à l'Annonceur et lié à un produit ou un service, une marque, un nom commercial ou une enseigne. Il ne peut être modifié sans l'autorisation de la Régie et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'Annonceur.

En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'Annonceur en informera sans délai la Régie par lettre recommandée avec accusé de réception, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à la Régie à compter de sa réception de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.

### 5.6/ Annonceurs multiples

La Régie se réserve le droit de refuser, pour une même diffusion, un ordre ou une commande provenant d'Annonceurs multiples. En cas d'acceptation, tous les Annonceurs concernés seront responsables du paiement de manière solidaire et indivisible. Toute citation d'Annonceur(s) tiers dans une Publicité est soumise à l'accord préalable de la Régie qui pourra solliciter l'accord de(s) l'Annonceur(s) tiers cité(s) et appliquer une majoration.

### 5.7/ Demande spécifique

Tout ordre ou commande comportant une exigence spécifique non définie par les conditions commerciales devra faire l'objet d'une acceptation expresse de la Régie.

En particulier, aucun emplacement préférentiel ne peut être exigé sans l'accord préalable de la Régie et paiement d'une majoration correspondante.

## 6- MODIFICATION ET ANNULATION

**6.1/** Toute annulation, totale ou partielle, d'un ordre de publicité par l'Annonceur ou son Mandataire devra être adressée par écrit obligatoirement à la Régie par lettre recommandée avec accusé de réception (LRAR) ou par fax et ne prendra effet qu'à compter de sa réception par la Régie.

En tout état de cause quelque le soit le Support Digital, la Marque du Support Digital et le type de Campagne concerné, 100 % du montant des Frais Techniques (notamment les frais de création) prévu dans l'ordre d'insertion restera dus par l'Annonceur ou son Mandataire à la Régie

### 6.2/ Délai d'annulation et indemnité de débits

Tout type d'annulation entraînera, à la charge de l'Annonceur, un dédit dans les conditions suivantes :

- À moins de 15 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, la Régie facturera un dédit de 50% du Montant Net Net Tarifaire annulé.
- À moins de 7 jours Ouvrés de la date de démarrage prévue, la Régie facturera un dédit de 80% du Montant Net Net Tarifaire annulé.
- Si l'Annonceur souhaite annuler une campagne qui a déjà démarré, la Régie se réserve le droit de facturer l'intégralité de la campagne telle que réservée.

### 6.3/ Frais de décalage de Campagne

- Réception de la demande de décalage jusqu'à 15 jours Ouvrés avant date de diffusion : pas de frais.
- De 15 jours à 5 jours Ouvrés avant la date de diffusion : facturation de 30% du Montant Net Net Tarifaire de l'OI décalé.
- Moins de 5 jours Ouvrés avant la date de diffusion : facturation de 50% du Montant Net Net Tarifaire de l'OI décalé.

### 6.4/ Frais de retard de livraison des éléments

Les éléments de la Publicité, y compris les éventuels documents techniques, devront être livrés dans les conditions précisées à l'article 7 ci-après.

Pour les emplacements achetés en exclusivité ou à forte PDV en cas de non-respect du délai de livraison demandé, les pénalités de retard sont les suivants :

- Sur des formats de type IAB : une livraison jusqu'à 24h avant la date de diffusion entraîne une facturation d'une pénalité de 300€ H.T., par nombre de jours calendaires de retard, entre la date limite de livraison et la date de livraison effective. Une livraison à moins de 24h de la date de diffusion et ne permettant pas la mise en ligne de la campagne à la date souhaitée entraîne une facturation de 80% du Montant Net Net Tarifaire de l'espace et/ou des impressions publicitaires achetés.
- Sur des formats événementiels : une livraison jusqu'à 5 jours Ouvrés avant la date de diffusion entraîne une facturation d'une pénalité de 300€ H.T., par nombre de jours calendaires de retard, entre la date limite de livraison et la date de livraison effective.

Une livraison à moins de 5 jours Ouvrés de la date de diffusion entraîne une facturation de 80% du Montant Net Net Tarifaire acheté.

**6.5/** La Régie se réserve le droit d'interrompre une Campagne dans les cinq (5) jours suivant la date de Mise en ligne de la Campagne au cas où elle aurait connaissance d'informations sur le caractère incertain de la solvabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire.

## 7- RÉALISATION MATÉRIELLE, CONDITIONS ET REFUS DE DIFFUSION

**7.1/** Les Publicités et les éléments techniques fournis par l'Annonceur seront adressés à la Régie selon les modalités suivantes :

- Remise dans un délai de 2 jours Ouvrés minimum avant la date de diffusion de la Campagne concernant les bannières gifs ou gifs animées.
- Tous les éléments techniques pour les formats publicitaires hors gifs et gifs animés devront être transmis pour test au moins 5 jours Ouvrés avant le début de la diffusion.

L'insertion doit être conforme aux prescriptions techniques requises par le document intitulé "Spécificités techniques", par le devis ou par l'ordre d'insertion.

La non-fourniture des créations à diffuser ou des tags de redirection ne constitue pas une cause de résiliation du contrat.

**7.2/** En cas de non-conformité de la Publicité aux normes techniques requises (tel qu'indiqué dans le document relatif aux spécifications techniques joint à l'ordre d'Insertion), l'Annonceur ou son Mandataire devra procéder aux modifications nécessaires dans les délais requis pour la mise en production. Ces délais seront précisés par la Régie.

**7.3/** En cas de non-respect des délais précités, la Régie est dégagée de sa responsabilité concernant la bonne diffusion de la Publicité. Elle se réserve le droit, sauf refus exprès de l'Annonceur et/ou son Mandataire, de décaler d'autant la fin de la Campagne, en fonction des disponibilités des inventaires. Dans cette hypothèse, la Régie est libérée de ses engagements en terme de volume d'impressions tel que stipulé dans l'ordre d'Insertion, et l'Annonceur et/ou son Mandataire ne pourront prétendre à une quelconque compensation ou indemnité de ce fait. La remise hors-délai entraînera la facturation par la Régie du prix de diffusion de la Publicité conformément aux conditions générales de vente et tarif en vigueur, quand bien même la diffusion n'aurait pu intervenir. L'absence de diffusion ne pourra en aucun cas être imputée à la Régie dans ce cas précis.

## 8- CONTENU

### **8.1/ Conformité à la législation**

**8.1.1/** L'Annonceur garantit que tous les éléments de la Publicité qu'il fournit et/ou dont il demande la diffusion à la Régie, ne contreviennent à aucune législation en vigueur applicable ni aux recommandations de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) et qu'ils ne comportent aucun contenu dommageable à l'égard d'un tiers. De façon générale, les Publicités ne doivent pas induire les utilisateurs en erreur quant à leur mode de fonctionnement et à leur identité commerciale.

Toute Publicité réalisée dans un mode textuel (en dur sur les Supports Digitaux ou intégré dans un format publicitaire) doit obligatoirement comporter toute mention d'identification conforme à la loi applicable. La Publicité ne doit pas tromper l'utilisateur. La Publicité ne peut pas contenir de graphismes qui simulent l'interactivité (c'est-à-dire des menus déroulants, des zones de recherche, etc.) sans que cette fonctionnalité n'existe réellement.

La mise en ligne d'une Publicité par la Régie ne signifie pas que la Régie considère que cette Publicité est conforme aux présentes CGV.

**8.1.2/** Dans le cas où l'Annonceur charge la Régie de concevoir et ou fournir des éléments techniques et/ou des créations nécessaires à la diffusion de la Publicité, notamment liée à une Opération Spéciale, la Régie soumettra ces éléments pour vérification et validation préalable de l'Annonceur. L'Annonceur reste en tous les cas, seul responsable de la vérification de la conformité de la Publicité à la législation spécifique à son activité. Par ailleurs, l'Annonceur reste en tout état de cause entièrement responsable des informations qu'il transmet à la Régie notamment quant aux noms, à la composition, aux qualités et aux performances de ses produits et services mis en avant dans le cadre de la Publicité. A ce titre, l'Annonceur s'engage à vérifier les allégations portant sur ses propres produits, services. Par ailleurs, dans le cas où l'Annonceur charge la Régie de concevoir et ou fournir des éléments techniques et/ou des créations nécessaires à la diffusion de la Publicité, l'Annonceur prend en charge l'intégralité du prix et des frais afférents à la réalisation et/ou à l'exploitation des éléments dont il confie la fourniture et/ ou la réalisation à la Régie, dans les conditions convenues entre les parties. Ces éléments peuvent être protégés par des droits de la Régie ou de tiers. Toute exploitation non expressément autorisée et/ou en dehors des limites d'exploitation autorisées par contrat écrit entre les parties est strictement interdite. En particulier, sauf précision contraire dans le contrat conclu entre les Parties, les

éléments techniques et/ou créations produits par la Régie ne pourront être utilisés par l'Annonceur qu'aux seules fins de (i) leur diffusion, sans modification, au sein du message et/ou de la Publicité de l'Annonceur pour lequel ces éléments ont été fournis par la Régie (ii) uniquement dans l'espace acheté auprès de la Régie pour les besoins de la Publicité et (iii) uniquement dans le format, le territoire et la durée de diffusion convenus avec la Régie dans le contrat de production de Publicité ou d'Opération Spéciale. Le cas échéant, des limites complémentaires à cette exploitation pourront être précisées dans le contrat spécifique de production Publicité ou d'Opération Spéciale entre les parties.

## **8.2/ Autorisations et droits**

**8.2.1/** L'Annonceur garantit être titulaire et/ou faire son affaire de l'obtention préalable et à ses frais, de toutes autorisations et droits de tous titulaires de droits sur la Publicité (droits de propriété intellectuelle dont droits patrimoniaux d'auteur, droits voisins des droits d'auteur, droit des dessins et modèles, droits sur les signes distinctifs (marques, logos, etc.) droits sur les attributs de personnalité des personnes représentées (image, voix etc.) et concède à la Régie et à l'Editeur ces droits sans autre contrepartie que la vente de l'espace publicitaire par la Régie, comprenant:

- le droit de représentation, de communication au public de la Publicité, de reproduction et le cas échéant le droit d'effectuer des adaptations nécessaires à la diffusion de la Publicité, à des fins publicitaires, d'information et de communication, pour les éléments suivants convenus entre les parties notamment dans l'ordre de publicité et/ou le contrat (i) toutes les formes d'exploitations nécessaires à la réalisation de l'Opération Spéciale convenue ou à la diffusion de la Publicité sur les Supports Digitaux, (ii) pour la durée de la Campagne publicitaire convenue et (iii) pour l'ensemble des territoires de diffusion convenus étant précisé que les supports numériques sont accessibles dans le monde entier.

- Les droits de reproduire, de représenter la Publicité, en tout ou partie sur tout support et par tout moyen, dans le monde entier afin de réaliser, à l'initiative de la Régie, des enquêtes auprès de panélistes sur leur perception de cette Publicité. Ce droit est consenti à compter de la diffusion de la Publicité sur les supports en régie chez LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS et pendant un an à compter de la fin de cette diffusion.
- Les droits de reproduire, de représenter et d'adapter la Publicité diffusée dans le cadre d'une Opération Spéciale, par tout moyen dans le monde entier et à des fins d'information, de communication et de promotion des activités de la Régie et de l'Editeur auprès de leurs clients et prospects notamment comme exemple de réalisation d'Opération Spéciale, pendant toute la durée de l'Opération Spéciale et pendant 3 ans à compter de la fin de celle-ci.

**8.2.2/** Dans l'hypothèse où l'Annonceur fournit à la Régie des visuels représentant un mannequin afin de présenter ses produits ou services ou s'il confie à la Régie pour les besoins de la Publicité le soin de photographier ou filmer un mannequin qu'il choisit et détermine, il appartient à l'Annonceur de prendre en charge (i), le cas échéant l'emploi du mannequin si les conditions légales du salariat sont réunies et les formalités liées, (ii) l'obtention d'un certificat médical attestant de la compatibilité de son état de santé à l'exercice de son métier, et le cas échéant (iii) tous les versements devant le cas échéant être effectués auprès des organismes fiscaux, administratifs et sociaux. La Régie dégage toute responsabilité à ce titre.

**8.2.3/** Europe 1 est propriétaire des droits de propriété intellectuelle sur les podcasts originaux conçus et produits par elle et diffusés sur le site web d'Europe 1 ou ses réseaux sociaux, les modalités d'exploitation éventuellement concédés à l'annonceur étant déterminées dans le contrat d'Opération Spéciale.

**8.3/** L'Annonceur s'engage à fournir des publicités exemptes de virus et/ou de tout autre élément similaire de nature à affecter la publicité. En cas de piratage, l'Annonceur s'engage à supprimer ou à faire supprimer, sans délai, la Publicité piratée. En tout état de cause, la Régie pourra retirer, sans délai, ni préavis, toute Publicité piratée et/ou contenant un virus ou un élément de nature similaire, sans préjudice de tous dommages et intérêts au bénéfice de la Régie. En revanche, en ce cas, l'Annonceur ou son Mandataire ne pourra bénéficier d'aucune indemnité du fait de ce retrait.

#### **8.4/ Garanties**

Les obligations prévues à l'article 8 constituent des obligations essentielles du contrat. L'Annonceur garantit de manière totale, la Régie, l'éditeur, leurs représentants légaux et le directeur de la publication du support concerné, contre toute réclamation ou action à leur encontre résultant d'un manquement de l'Annonceur à ses engagements de l'article 8 des présentes CGV, et les indemniser des pertes et dommages et de toutes les conséquences en découlant (dommages et intérêts, tous frais, charges et dépenses que la Régie et l'Editeur auraient à supporter de ce fait dont les honoraires et frais de conseils...).

L'Annonceur ou son Mandataire s'engage à informer la Régie dès, qu'il en a connaissance, par tous moyens écrits de toutes réclamations à quelque titre que ce soit sur la Publicité, de manière à préserver les droits et intérêts de la Régie et des Éditeurs.

**8.5/** La Régie se réserve le droit de retirer à tout moment toute Publicité qui, à son avis, est illicite et/ou préjudiciable pour les utilisateurs. Toute publicité jugée comme intrusive pourra être retirée.

#### **8.6/ Refus de diffusion en raison du contenu**

La Régie se réserve le droit de refuser toute Publicité qu'elle jugerait

contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation ou à la ligne éditoriale du support dans lequel la Publicité doit être insérée, ainsi que toutes celles susceptibles de mettre en jeu, à quelque titre que ce soit, sa responsabilité, sa déontologie et plus généralement ses intérêts matériels ou moraux et ceux de l'Editeur ((ii) qui constitueraient une atteinte aux bonnes mœurs ou à l'Ordre Public, (iii) qui contreviendrait aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, (iv) et plus généralement qui seraient susceptibles de porter atteinte aux droits ou intérêts ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des utilisateurs des supports digitaux commercialisés par la Régie. La Régie se réserve également le droit de refuser toutes Publicités dont la provenance lui semblerait douteuse ou qui seraient contraires aux règles de sa profession.

Conditions spécifiques à certains formats.

- Bouclage/Animation : l'animation des Publicités est limitée à 30 secondes au maximum. Les Publicités intégrant un format vidéo ne peuvent comporter plus d'une boucle. Les Publicités qui contiennent des transitions et des effets extrêmement rapides, les animations intrusives, stroboscopiques rapides, ou qui ne respecteraient pas les règles mentionnées ci-dessus peuvent causer une gêne aux utilisateurs. Toute demande de durée supérieure à 30 secondes sera soumise à validation de la régie.
- Expands : les Publicité comportant des expands doivent préserver le confort de lecture des utilisateurs en leur proposant la fermeture de la Publicité dès son affichage.

- Comportement pour les Plug-Ins : il ne doit jamais être demandé aux utilisateurs de télécharger un plug-in lors de diffusion de Publicité sur les Support Digitaux. S'il n'y a pas de plug-in disponible, une image de rechange doit être fournie.

## 9- DONNÉES ET COOKIES

### 9.1/ Loi applicable

Chacune des parties s'engage à respecter la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée dite « Informatique & Libertés » et le Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles du 27 avril 2016, ou toute législation ou réglementation qui viendrait s'y substituer ou les compléter (ci-après ensemble « Loi sur la Protection des Données Personnelles »)

### 9.2/ Tags, cookies ou autres traceurs au sein des créations publicitaires

**9.2.1/** Est soumise à l'autorisation préalable et écrite de la Régie, toute insertion de cookies, tags ou autres traceurs (ci-après « Cookies ») déposés par l'Annonceur ou ses prestataires pour leur compte dans les Publicités remises à la Régie et/ou insérés dans les supports digitaux commercialisés par la Régie, et plus généralement toute action tendant à accéder à des informations stockées dans le terminal de l'utilisateur consultant les supports digitaux ou tendant à inscrire des informations dans cet équipement et visant à recueillir quelque donnée que ce soit. La Régie et/ou l'Éditeur se réserve la possibilité d'effectuer une analyse préalable avant autorisation notamment pour vérifier l'absence d'impact négatif sur la performance du Support Digital concerné.

**9.2.2/** Il est rappelé que l'Éditeur et/ou la Régie ne sauraient être considérés comme émetteurs ou responsables de traitement des Cookies qui seraient émis par l'Annonceur, son Mandataire ou des tiers pour leur compte, les finalités et moyens n'étant pas déterminés par l'Éditeur et/ou la Régie, y compris en cas d'autorisation de dépôt de ces traceurs et cookies par l'Éditeur et/ou la Régie.

**9.2.3/** La demande d'autorisation doit comporter tous les éléments d'informations demandés par l'Éditeur du support digital concerné, tels que finalités exhaustives, caractéristiques des Cookies, types de données collectées par les traceurs, durée des traceurs, destinataires, moyens de s'y opposer, codes ou scripts exécutés et plus généralement toute autre information complémentaire que pourrait souhaiter l'Éditeur.

**9.2.4/** L'Annonceur est responsable de l'information des internautes et personnes concernées. Il s'engage à réaliser un document en français contenant l'ensemble des informations à jour destinées aux personnes concernées en application de la Loi sur la Protection des Données, à savoir en fonction de la nature des données collectées : (i) Pour les Cookies ne collectant pas de données à caractère personnel : finalités exhaustives par groupe de cookies déposés et moyen d'opposition au dépôt. (ii) Pour les Cookies collectant des données à caractère personnel : toutes les informations visées à l'article. 32 I de la Loi dite « Informatique et Libertés et, à compter de son entrée en application aux articles 13 et 14 du Règlement du parlement européen et du conseil du 27 avril 2016 et les moyens d'opposition au dépôt du Cookie. Il est précisé que l'Annonceur est seul responsable de traitement et de la conformité de ce document à la Loi sur la Protection des Données Personnelles, et de son caractère exact et complet, qui devra être

rédigé de manière claire et compréhensible. Si la Régie et l'Editeur autorisent ce dépôt, la Régie s'engage et fera ses meilleurs efforts pour que l'Editeur coopère avec l'Annonceur afin de mettre en place, à ses frais, un moyen simple, permettant d'informer les personnes concernées.

**9.2.5/** Dans tous les cas, l'Annonceur s'engage :

- à ce que la durée des Cookies ne dépasse pas la durée légale de vie des Cookies et d'exploitation des données qui en résulte et les recommandations de la CNIL en la matière (à ce jour 13 mois à compter de la date de leur collecte) ;
- à respecter la Loi sur la Protection des Données Personnelles en qualité de responsable de traitement ;
- à ne pas exploiter les données pour d'autres finalités que celles convenues ;
- à remédier sans délai, à tout dysfonctionnement ou faille de sécurité, imputable au dépôt et/ou au traitement de Cookies ;
- à prendre toute précaution utile pour ne pas divulguer les données ainsi traitées à toute personne non autorisée ;
- à conserver des preuves du respect de ces obligations et à les transmettre à l'Editeur à première demande ;
- à communiquer à la Régie toute information complémentaire sur ce traitement, notamment sur les outils utilisés ;
- à ne pas changer les caractéristiques du traitement, sans accord

préalable de la Régie.

**9.2.6/** En tout état de cause, aucune « catégorie particulière de donnée à caractère personnel » ou couramment appelées « sensibles » au sens de la loi sur la Protection des Données Personnelles ne pourra être collectée sur les supports digitaux. Les données dites sensibles recouvrent notamment les données relatives aux origines raciales et ethniques, aux opinions politiques, philosophiques ou religieuses, à l'appartenance syndicale, la santé ou l'orientation sexuelle des personnes concernées.

**9.2.7/** L'Annonceur s'engage à imposer et/ou à faire imposer les mêmes obligations à ses prestataires.

**9.2.8/** Les obligations du présent article constituent des obligations essentielles des présentes CGV.

**9.2.9/** Il est précisé que l'Editeur et la Régie se réservent la possibilité par tous moyens et à tout moment, sans préjudice de toute autre sanction prévue par la loi française, s'ils découvrent des Cookies déposés dans des conditions ne respectant pas le contrat entre les parties ou non conformes à la loi sur la Protection des Données Personnelles :

- d'empêcher l'intégration d'un tag dans le code source de ses Supports digitaux ;
- d'empêcher l'appel de tags ;
- de désactiver les Cookies déposés ou de demander à l'Annonceur la désactivation des Cookies, qu'il modifie ou désactive ou fasse désactiver les tags, cookies ;

- de suspendre la Campagne ou la Publicité jusqu'à réception du message publicitaire sans tag, cookie ou autres traceurs.

**9.2.10/** L'Annonceur accepte d'indemniser, défendre et tenir indemne l'Editeur, la Régie et leurs représentants respectifs des pertes et dommages résultant d'un manquement à cette garantie, notamment toute somme, frais, ou dommages et intérêts qui seraient mises à leurs charges y compris les frais d'avocat et toutes sommes qu'ils seraient condamnés à verser au titre d'une décision de justice, d'une décision d'une autorité indépendante ou d'une transaction.

### **9.3/ Jeux concours et données traitées dans le cadre d'Opération Spéciale lié à un jeu promotionnel**

Lorsque l'Opération Spéciale est lié à un jeu (loteries promotionnelles légalement autorisées, concours...) organisé par l'Editeur (le cas échéant en partenariat avec L'Annonceur) ( ci-après « Jeu »), s'il a été convenu que l'Annonceur fournisse les dotations l'Annonceur s'engage par une obligation de résultat à prendre en charge et à fournir à la Régie les dotations convenues ou à en régler le prix. La nature et le nombre de dotations offertes dans le cadre d'un Jeu sont déterminés d'un commun accord entre les parties et avec l'Editeur. L'Annonceur garantit la sécurité et l'absence de défaut des dotations qu'il fournit au sens des articles 1245 et suivants du code civil, et plus généralement que les dotations et leur emballage sont conformes à la loi en vigueur.

Lorsqu'il a été convenu que l'Annonceur adresserait directement les dotations aux gagnants, l'Annonceur ne pourra avoir accès qu'aux données d'identification des gagnants et uniquement à cette seule fin d'adresser les dotations aux Gagnants. Toute divulgation ou citation des gagnants par l'Annonceur ou ses prestataires (y compris uniquement la première lettre de leur nom et prénom) est interdite même aux fins de promotion du Jeu, sauf accord préalable et spécifique des personnes

concernées, de la Régie et de l'Editeur organisateur du Jeu. Dans les hypothèses où les données à caractère personnel des gagnants du jeu (données d'identification précisées dans le règlement de Jeu) seraient transmises à l'Annonceur par la Régie, aux seules fins que l'Annonceur leur fournisse des dotations, il est rappelé que la Régie n'interviendrait qu'en qualité de sous-traitant de l'Editeur du Support Digital concernée et organisateur du Jeu pour cette finalité, au sens de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Informatique & Libertés » et du Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles (RGPD) (ci-après ensemble la « Loi sur la Protection des Données à caractère personnelle »).

Dans tous les cas, que l'Annonceur soit également sous-traitant de l'Editeur organisateur du Jeu pour le traitement de données à caractère personnel de gagnants afin de leur adresser des dotations ou le cas échéant, co-responsable de traitement pour cette finalité, les parties s'engagent à respecter la réglementation en vigueur applicable au traitement de données à caractère personnel et, en particulier, le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016.

Dans tous les cas, l'Annonceur s'engage à respecter les obligations minimum suivantes, qui constituent des obligations essentielles du contrat :

- mettre en œuvre toutes les mesures techniques fonctionnelles et organisationnelles appropriées afin de respecter la Loi sur la Protection des Données Personnelles ainsi que les conditions de traitement et de conservation des Données à caractère personnel par l'Annonceur, prévues dans le règlement du Jeu.

- ne pas utiliser les données à caractère personnel des gagnants à d'autres fins et pour une durée supérieure que celles prévues dans le règlement de Jeu, et à celles convenues entre l'Annonceur et l'Editeur, le cas échéant via la Régie agissant pour le compte de l'Annonceur. En particulier, s'il est convenu d'adresser à l'Annonceur les données des gagnants pour les seuls besoins de leur fournir les dotations, l'Annonceur s'engage à supprimer ces données à l'issue de l'envoi des dotations, et au plus tard dans le délai prévu dans le règlement de Jeu.
- prendre toutes précautions et mesures utiles afin de préserver la confidentialité des informations, à ne prendre aucune copie des documents et supports de données transmises autres que celles nécessaires à la finalité convenue et à ne pas divulguer les documents et données à toute personne non autorisée et s'engage à faire respecter ces obligations de confidentialité par toutes personnes autorisées au sein de son personnel :
- prendre toute mesure utile afin de préserver la sécurité des données à caractère personnel des gagnants et notamment d'empêcher qu'elles ne soient déformées, endommagées ou qu'elles fassent l'objet d'une utilisation détournée ou frauduleuse.
- mettre en place des mesures organisationnelles, fonctionnelles et techniques pour permettre de respecter les droits des personnes concernées.
- à compter de l'entrée en application du RGPD, aider tout responsable ou le cas échéant, co-responsable de traitement en vue de garantir le respect des obligations relatives à la sécurité, l'analyse d'impact, la notification des failles et à ce titre informer immédiatement après en avoir pris connaissance, l'Editeur

organisateur ou co-organisateur du Jeu de toute faille de sécurité ou de violation des données à caractère personnel des gagnants. Cette notification est accompagnée de toute documentation utile afin de permettre au responsable de traitement, si nécessaire, de notifier cette violation à l'autorité de contrôle compétente. Si, et dans la mesure où il n'est pas possible de fournir toutes ces informations en même temps, les informations peuvent être communiquées de manière échelonnée sans retard indu.

- à compter de l'entrée en application du RGPD, communiquer à la Régie et à l'Editeur le nom et les coordonnées de son délégué à la protection des données, s'il en a désigné un conformément à l'article 37 du règlement européen sur la protection des données et si l'Annonceur remplit les conditions de l'article 30 du RGPD, tenir un registre de ce traitement. Ce registre contient au moins les informations obligatoires requises par le RGPD.
- conserver toutes les preuves du respect de ces obligations et à les transmettre à la Régie et à l'Editeur organisatrice du Jeu, à première demande afin de vérification du respect de ces obligations et pour permettre la réalisation d'un audit par l'Editeur organisateur du Jeu, ou un autre auditeur qu'il aura mandaté et contribuer à ces audits. L'Annonceur s'engage à se conformer aux demandes de l'Organisateur du Jeu ou de l'auditeur qu'il aurait mandaté,
- solliciter l'autorisation préalable de l'Editeur organisateur du Jeu et de la Régie pour recourir à un sous-traitant et en cas d'autorisation, imposer à son sous-traitant les mêmes obligations que celles à la charge de l'Annonceur et fixées par les présentes
- conserver les données dans des serveurs localisés en Europe ou à défaut solliciter l'autorisation préalable et écrite de la Régie pour un

transfert hors Union Européenne, qui dépendra de l'autorisation préalable de l'Editeur. L'autorisation de transfert sera subordonnée à la mise en place de garanties appropriées pour les protéger, par exemple la signature de « clauses contractuelles types ».

Dans le cas où l'Annonceur serait uniquement sous-traitant de l'Editeur du Jeu pour le traitement des données des gagnants afin de fourniture des dotations, il s'engage à ne traiter les données des gagnants que sur instruction documentée de l'Editeur organisateur du Jeu et à l'informer immédiatement si une instruction constitue une violation de Loi sur la Protection des Données à caractère personnelle ».

Dans l'hypothèse où le Jeu proposerait aux participants la possibilité d'accepter de recevoir des sollicitations et offres de l'Annonceur partenaire du Jeu, et que le contrat d'Opération Spéciale prévoirait la mise à disposition de l'Annonceur des seules données personnelles précisées dans le règlement de jeu des participants ayant spécifiquement accepté de recevoir des sollicitations et offres de l'Annonceur (Fichiers opt-in Partenaire du Jeu), il est précisé que l'Annonceur est seul responsable de traitement des envois effectués aux personnes dont les données sont contenues dans le Fichier Opt-in Partenaire du Jeu, qui lui seront communiqués dans le cadre du présent Contrat, tant au regard du contenu que des conditions d'envoi, la Régie n'intervenant qu'en qualité de sous-traitant, et sous la responsabilité de l'Annonceur quant au respect de l'ensemble des obligations de la Loi Informatique & Libertés. Si l'Annonceur utilise les données du Fichier Opt-in pour d'autres finalités que celles autorisées par les personnes concernées, il le fait à ses risques et périls, ni la Régie, ni l'Editeur ne pourront être responsable d'un tel manquement à la Loi sur la Protection des Données à caractère personnelle. L'Annonceur garantit LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS, l'Editeur organisateur du Jeu, leurs représentants légaux et leurs employés de toutes pertes, dommages et

conséquences, résultant d'un manquement de l'Annonceur à cet engagement, notamment toute somme ou dommages et intérêts qui seraient mises à leurs charges, y compris les frais d'avocat. Ces obligations pourront, le cas échéant, être précisées/complétées dans le contrat de parrainage ou d'Opération spéciale, en fonction de la spécificité de l'opération et du traitement des données.

#### **9.4/ Autres Traitements de données à caractère personnel**

Dans l'hypothèse où l'Annonceur solliciterait la liste nominative des salariés étrangers employés par la Régie et soumis à autorisation de travail en application de la loi, cette liste ne serait transférée à l'Annonceur que pour la seule finalité suivante : permettre à l'Annonceur de prouver son respect des articles L8254- 1 et D.8254-2 du code du travail. L'Annonceur serait seul responsable de traitement de cette finalité au sens de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Informatique & Libertés » et, à compter de son entrée en application, du Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles du 27 avril 2016, ou toute législation ou réglementation qui viendrait s'y substituer ou les compléter (ci-après ensemble « Loi sur la Protection des Données Personnelles »).

En outre, l'Annonceur s'engage et garantit qu'il n'utilisera pas ces données à d'autres fins, qu'il ne transférera pas ces données à quelque tiers ce que ce soit et qu'il mettra en place toutes précautions et mesures utiles afin de préserver la sécurité et la confidentialité des informations afin notamment d'empêcher qu'elles ne soient déformées ou endommagées ou communiquées à des personnes non autorisées, qu'elles fassent l'objet d'une utilisation détournée ou frauduleuse. L'Annonceur garantit la Régie et son représentant légal de toutes les conséquences résultant d'un manquement à cet engagement.

La Régie, en qualité de responsable de traitement, peut collecter et traiter des données à caractère personnel des personnes physiques

travaillant avec ses Clients Annonceurs et/ou Mandataires, pour les besoins de la négociation, la conclusion et l'exécution du contrat entre La Régie et l'Annonceur notamment pour effectuer des opérations relatives à la gestion des clients concernant les contrats, les commandes, les factures, la gestion des comptes clients, le suivi de la relation client et du service après-vente, la gestion des droits des personnes concernées, afin d'identifier les personnes en relation avec la Régie et de suivre son activité, le cas échéant pour lui donner des informations sur l'activité de la Régie. Ces données sont conservées par LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS jusqu'à la fin de sa relation commerciale avec le Client collaborant avec la personne concernée ou jusqu'à ce que LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS soit informée de la fin de la collaboration des personnes concernées avec ses Clients Annonceurs et/ou Mandataires, si cet événement intervient avant la fin de la relation commerciale. Chaque collaborateur concerné de l'Annonceur et/ou de son Mandataire dispose des droits tels que prévus par la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Informatique & Libertés » et, à compter de son entrée en application, le Règlement européen n°2016-679 de protection des données personnelles du 27 avril 2016. Pour exercer ces droits, il peut adresser un e-mail à l'adresse suivante :

donneespersonnelles-lpn@lagarderenews.com.

## 10- CONDITIONS DE DIFFUSION ET DE RÉCLAMATIONS

**10.1/** Toute réclamation notamment sur les aspects techniques de la diffusion de la Publicité doit être, sous peine d'irrecevabilité, transmise par lettre recommandée avec accusé de réception auprès de la Régie et

indiquer précisément les griefs reprochés. Cette requête doit être adressée dans le mois suivant la parution de la Publicité faute de quoi, elle ne sera pas prise en considération.

**10.2/** Aucune réclamation portant sur la qualité des éléments techniques ne sera recevable lorsque ceux-ci ont été transmis directement par l'Annonceur à un prestataire extérieur. Aucune réclamation ne sera recevable concernant les retombées commerciales, l'environnement rédactionnel ou publicitaire. La Régie exclut toute responsabilité à ce titre.

**10.3/** Le(s) outil(s) de diffusion (adserver) utilisés par la Régie font foi dans le calcul de la volumétrie diffusée par Campagne.

**10.4/** Toute nouvelle diffusion doit faire l'objet d'une nouvelle confirmation de diffusion.

## 11- RESPONSABILITÉ

**11.1/** L'Annonceur ou son Mandataire ne pourra invoquer aucun manquement dans l'exécution du bon de commande ou des CGV si ledit manquement n'a pas fait l'objet, en cours de Campagne, d'une dénonciation expresse à la Régie et d'une constatation conjointe par les parties.

**11.2/** Sans préjudice des précédentes dispositions de l'article 13, en cas de non-respect par l'Annonceur de ses obligations quelles qu'elles soient, la Régie pourra appliquer toutes sanctions prévues par la loi française et notamment résilier le contrat pour l'avenir de plein droit, sans intervention judiciaire.

### 11.3/ Limitation de responsabilité

La Régie est tenue à une obligation de moyens quant à la diffusion des Publicités.

Aucune autre réclamation ne sera recevable concernant les retombées commerciales, l'environnement rédactionnel ou publicitaire de l'insertion publicitaire. La Régie exclut toute responsabilité à ce titre.

La responsabilité de la Régie limitée aux préjudices directs résultant strictement d'une faute de la Régie prouvée par l'Annonceur et à l'exclusion de tout préjudice indirect, de quelque nature que ce soit.

Le délai de prescription de l'action à l'encontre de la Régie s'éteint à l'issue d'une durée d'un an à compter de la première diffusion de la Publicité ou dans les Supports Digitaux ou à compter du début de l'Opération Spéciale concernée.

Tout retard, suspension ou annulation dans la diffusion de l'Insertion du fait notamment de défaillances techniques inhérentes au fonctionnement du réseau Internet, extérieures à la Régie et indépendantes de sa volonté, ne peut motiver un refus de paiement, même partiel, de la part de l'Annonceur ou de son Mandataire, ni ouvrir droit à une nouvelle Insertion aux frais de la Régie ou à une indemnisation, sous quelque forme que ce soit, de l'Annonceur ou de son Mandataire.

De même, la responsabilité de la Régie ne saurait être engagée du fait de l'apparition sur les Supports Digitaux, postérieurement à la signature de l'ordre d'Insertion, de nouveaux espaces publicitaires quel qu'en soit l'emplacement, la nature, la forme et les caractéristiques.

La Régie ne pourra en aucun cas être tenue responsable en cas de

retard de la Mise en ligne de la Campagne dû à un retard de la livraison des éléments devant être fournis par l'Annonceur ou son Mandataire. Dans ce cas, il est également convenu que la Régie ne peut être responsable de la non réalisation des objectifs convenus avec l'Annonceur ou son Mandataire dans le cadre de l'exécution d'une Campagne.

## 12- CONDITIONS DE PAIEMENT – FACTURATION

**12.1/** Les Tarifs sont indiqués en Euros H.T. - tous les droits et taxes au taux légal en vigueur afférents aux ordres de publicité et aux contrats d'opérations spéciales étant à la charge de l'Annonceur. Les factures sont payables par chèque ou par virement bancaire à 45 jours fin de mois à compter de la date de facture. Les Frais Techniques peuvent être facturés avant la diffusion.

Tous les règlements sont effectués à l'ordre de :

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS - Service Administration des Ventes  
3/9, avenue André Malraux  
92300 LEVALLOIS PERRET

**12.2/** L'Annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres passés par lui ou pour son compte par un mandataire et reste redevable du règlement à défaut de paiement du Mandataire qu'il aurait désigné.

Le paiement ou l'avance effectué au Mandataire par l'Annonceur ne le libère pas vis-à-vis de la Régie. Pour tout ordre qui émanerait d'un

Mandataire, la Régie se réserve le droit d'exiger un engagement de paiement direct de l'Annonceur dans le cas où le Mandataire ne présenterait pas de garanties financières suffisantes.

Dans le cas où le Mandataire aurait réglé la Régie, celui-ci ne pourra se prévaloir ultérieurement du non-paiement éventuel de l'Annonceur pour réclamer le remboursement des sommes versées.

**12.3/** La Régie se réserve le droit d'exiger le règlement avant la diffusion ou une caution bancaire moyennant un escompte de 1% du montant TTC de la facture. Tout élément qui pourrait entraîner un risque de non-paiement des factures, tel que modification dans la situation juridique ou financière de l'Annonceur, incident ou retard de paiement justifie que la Régie modifie, du moins provisoirement, les conditions de paiement de l'Annonceur.

**12.4/** Pour un paiement comptant parvenu à nos services comptables dans les 20 jours ouvrables suivant la date de facture, un escompte de 0,3% du montant TTC de la facture est accordé. **12.5/** Aucune réclamation concernant la facturation ne sera admise, si elle n'a pas été effectuée par Lettre Recommandée avec Accusé de Réception à la Régie dans les 15 jours suivant la date de réception de la facture.

**12.6/** En cas de litige ou d'attente d'avoir, la partie non contestée de la facture doit être payée sans retard. Dans le cas contraire, des pénalités de retard telles que visées à l'article 13 seront appliquées.

**12.7/** Tout paiement sous forme d'échange ne donne pas lieu à l'application des conditions de paiement et facturation prévues par le présent article 12 des CGV et fera l'objet d'un contrat spécifique d'échange.

## 13- RETARD DE PAIEMENT ET INTÉRÊTS DE RETARD

**13.1/** Le défaut de paiement de toute facture à l'échéance entraîne de plein droit l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non échues ainsi que les sommes dues au titre des OI et/ou contrats exécutés en cours de facturation et des OI / contrats en cours d'exécution . L'exécution des OI et contrats en cours pourra être suspendue. De même, tout défaut de paiement à l'échéance entraînera de plein droit déchéance du terme, pour les paiements que la Régie aurait pu accorder.

**13.2/** En outre à défaut de paiement de toute facture à échéance, des intérêts de retard seront dus en sus du principal. Les intérêts de retard seront exigibles de plein droit, le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel ne soit nécessaire, selon un taux d'intérêt annuel de 11% qui s'appliquera sur les sommes non réglées au prorata du nombre de jours de retard. Conformément à l'article L.441-6 du Code de commerce, une indemnité de 40 € sera réclamée de plein droit à compter du lendemain de la date d'échéance au titre des frais de recouvrement ; il pourra être réclamé une indemnité complémentaire sur justification.

**13.3/** L'Annonceur et le cas échéant son Mandataire payeur sont mis en demeure de payer les factures, intérêts de retard et indemnités de frais de recouvrement, par leur seule exigibilité, conformément à l'article 1344 du code civil.

## 14- CLAUSE PÉNALE

Si la carence de l'Annonceur rend nécessaire un recouvrement contentieux, ce dernier s'engage à régler en sus du principal, des intérêts, des frais, dépens et émoluments ordinairement et légalement à sa charge, une indemnité fixée à 15% du montant en principal TTC de la créance restant due à ce titre, et ce, à titre de dommages et intérêts conventionnels et forfaitaires pour le préjudice résultant du recouvrement contentieux. Toute lettre ou acte valant mise en demeure à l'introduction d'une procédure de recouvrement vaut également recouvrement contentieux.

## 15- LITIGES ET CLAUSE D'ATTRIBUTION DE JURIDICTION

**15.1/** Les CGV sont soumises au droit français.

**15.2/** Tout différend découlant de la validité, de l'interprétation comme de l'exécution des présentes CGV et/ou des conditions commerciales et/ou des Tarifs, même en cas de pluralité de défendeurs ou d'appel en garantie, relèvera de la compétence du Tribunal de Commerce de Paris. Cette clause s'applique, même en cas de référé, de demande incidente, de pluralité de défendeurs et quels que soient le mode et les modalités de paiement.