

# | alticemedia | | publicité |

| TARIFS BRUTS – Régie Digitale | 2017 |

**l'express** **l'express** **l'express** **l'express**  
L'Expansion Votre Argent L'ENTREPRISE

**l'express** **l'express** **l'express** **l'express**  
Tendances Styles CÔTÉ MAISON Liberation



# TARIFS DE PUBLICITE DIGITAL 2017 (en BRUT € HT)

## DISPLAY Standards IAB

### Display Branding

#### Coût Pour Mille impressions (€) - WEB

|                             |  |                    |
|-----------------------------|--|--------------------|
| <b>Formats IAB Standard</b> | 728*90 / 300*250 / 1000*90                     | 60€ / 84€ / 91€    |
| <b>Formats IAB+</b>         | 300*600 / 1.000*300                            | 98 €               |
|                             | 300*250 et 1000*300 et 300*600 expand ou video | 105€ / 113€ / 123€ |
| <b>InFeed</b>               | Native Ad HomePage                             | 123 €              |
|                             | Native Ad Pages Article                        | 113 €              |

### Formats vidéo

#### Coût Pour Mille impressions (€) - WEB

|                                |                    |       |
|--------------------------------|--------------------|-------|
| <b>Vidéo pré roll</b>          | Pré roll           | 160 € |
| <b>Vidéo outstream</b>         | InRead / InPicture | 160 € |
| <b>Vidéo outstream premium</b> | InBoard            | 200 € |

### Display à la performance

#### Coût par clic & visites (€) - WEB

|                            |                                     |     |
|----------------------------|-------------------------------------|-----|
| <b>Formats au clic*</b>    | 728*90 / 100*90 / 300*250 / 300*600 | 2 € |
| <b>Formats à la visite</b> | InSite (floor ad / full banner)     | 5 € |

\* Modèle 3/4 CPM - 1/4 CPC

## Premium

### Offres Premium

#### Coût Pour Mille impressions (€) - WEB

|                       |                             |       |
|-----------------------|-----------------------------|-------|
| <b>Entrée de site</b> | Habillage en entrée de site | 200 € |
| <b>Total Look</b>     | Exclu page en RG            | 250 € |

### Forfait Exclu Home Page - 1 jour

|                        |                   |          |
|------------------------|-------------------|----------|
| <b>Exclu Home Page</b> | Forfait 1 journée | 27 400 € |
|------------------------|-------------------|----------|

Majoration Forfait pour Destructuration, Take over video etc

## Mobile et Tablette inApp

### Display

#### Coût Pour Mille impressions (€) - WEB

|                                     |  |       |
|-------------------------------------|--|-------|
| <b>Formats IAB Standard</b>         | Splash (à l'ouverture)                 | 65 €  |
| <b>Formats IAB Standard</b>         | Interstitial                           | 50 €  |
| <b>Format IOS mobile uniquement</b> | Parallax                               | 150 € |
| <b>Formats Rich media</b>           | Video Touch, Ad-in-app, Drive to store | -     |

## CRM

### Forfait Sponsoring de Newsletter - Format 300x250

|                                 |                         |         |
|---------------------------------|-------------------------|---------|
| <b>Sponsoring de Newsletter</b> | Forfait exclu 1 journée | 5 850 € |
|---------------------------------|-------------------------|---------|

### Forfait Lead Generation

#### Coût Pour Mille Leads (€) - LEAD

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| <b>Lead Generation : Ticket d'entrée + Coût au lead</b> | 500 € Brut + Frais techniques |
|---|-------------------------------|

### Emailing dédié pour acquisition d'optin

#### Coût Par Adresses (€) - eMAILING

|  |     |
|--|-----|
| <b>!mailing dédié pour acquisition d'optin</b> | 5 € |
|--|-----|

Tarifs valables uniquement sur les positions hautes sauf mention contraire, hors frais techniques éventuels. Groupe L'Express se réserve le droit de faire évoluer ces tarifs bruts en cours d'année. Dimensions fournies à titre indicatif - consulter nos spécifications techniques pour vérifier la disponibilité et les dimensions spécifiques à chaque support

\*1 campagne au CPC et CPV /4 mois sur le réseau GAM ou dans la limite de 30% du budget global de la campagne.

## 1. Définitions

**Annonce (publicitaire) :** Tout contenu à caractère publicitaire ou promotionnel transmis par l'Annonceur ou son Mandataire, qui doit impérativement être rédigé en Français, être clairement présenté comme une publicité et identifier l'Annonceur.

**Annonceur :** Toute personne physique ou morale qui achète ou fait acheter par son Mandataire de l'espace publicitaire dans un Support.

**Editeur :** l'éditeur du Support dans lequel l'Ordre d'Insertion a été donné par un Annonceur ou son Mandataire.

**Entité facturée :** s'entend de l'entité facturée en application d'un Ordre d'Insertion, selon les instructions reçues par écrit de l'Annonceur, sans recours contre ERS. A défaut d'instructions écrites claires, l'entité facturée est l'Annonceur.

**Supports :** L'EXPRESS, L'EXPANSION, L'ENTREPRISE, VOTRE ARGENT, L'EXPRESS STYLES, POINT DE VUE, L'EXPRESS TENDANCES, COTE MAISON, FRANCEINTER.FR, FRANCEBLEU.FR, FRANCEMUSIQUE.FR, FRANCECULTURE.FR, FIPRADIO.FR, MOUV.FR, RFI.FR, LONELYPLANET.FR, I24NEWS.TV

**Espace publicitaire :** les formats publicitaires proposés à la commercialisation dans les Supports, selon le Tarif du Support en vigueur, ce qui comprend notamment l'ensemble des formats recommandés par l'IAB (Interactive Advertising Bureau) France ainsi que le DISPLAY, la VIDEO, le MOBILE & TABLETTE, la DATA & CRM

**Frais Techniques :** tous frais en sus des Tarifs .

**AMP :** Altice Media Publicité (AMP), agissant pour son compte et en son nom en qualité de régisseur pour les Supports. Les activités de publicité et de régie de AMP sont exploitées sous le nom commercial Altice Media Publicité (ci-après AMP).

**Mandataire :** Tout professionnel ayant mandat écrit de l'Annonceur pour acheter au nom et pour le compte de ce dernier des Espaces publicitaires dans les Supports.

**Ordre d'insertion :** Document à valeur contractuelle formalisant la demande d'insertion de l'annonce publicitaire souhaitée, signé par AMP et contresigné par l'Annonceur ou son Mandataire.

**Tarifs :** s'entend de la grille tarifaire et du barème de remise en vigueur pour chaque Ordre d'Insertion passé par un Annonceur, selon les définitions détaillées ci-dessous. Les Tarifs s'entendent en Brut HT, frais techniques en sus.

**Vente Programmatique :** Achat/vente d'espace publicitaires de Supports digitaux, en mode programmatique, en temps réel, par l'intermédiaire d'une plate-forme technologique, optimisant l'achat et la vente de ces inventaires sur la base d'une mise en compétition des acquéreurs potentiels par un système de mises aux enchères des impressions publicitaires. Dans ce cadre, l'emplacement de la publicité n'est pas garanti. Le prix de vente est au CPM (coût de l'achat de l'espace ramené à une base de 1 000 pages vues avec publicité, soit 1 000 impressions). Il est possible de fixer un CPM minimum (prix de réserve) en dessous duquel la vente n'a pas lieu. La vente est conclue avec l'enchérisseur qui offre l'enchère supérieure (le cas échéant, au prix de réserve).

## 2. Application des conditions générales de vente.

La souscription d'un ordre de réservation d'un Espace Publicitaire dans un Support par un Annonceur ou son Mandataire auprès de AMP implique l'acceptation pleine et entière des conditions générales de vente, de règlement et de tarifs en vigueur (ci-avant les « conditions générales de vente ») à la date de souscription de l'ordre. L'Editeur se réserve le droit de modifier, à tout moment, ses conditions générales de vente et/ou ses Tarifs sous réserve d'en informer les Annonceurs ou leurs Mandataires une semaine avant la date d'entrée en vigueur. L'Editeur se réserve également le droit de modifier ses Tarifs pour les ordres en cours en respectant un préavis d'un mois. La responsabilité de l'Editeur ne saurait en aucun cas être engagée si pour des raisons indépendantes de sa volonté, l'Editeur se trouvait dans l'impossibilité de diffuser l'Annonce dans le Support selon les conditions définies à l'Ordre d'insertion.

## 3. Ordre d'insertion

L'ordre d'insertion doit être adressé à l'Editeur au plus tard 2 semaines avant la date de mise en ligne de l'Annonce sur le Support. Il doit mentionner le nom de l'Annonceur, le nom du Mandataire, l'Entité Facturée, et doit détailler par Support tout Espace Publicitaire acheté, la période de diffusion de chaque Annonce et faire apparaître les Tarifs applicables, avec le détail des barèmes de remises applicables. Le minimum par Ordre d'Insertion est, le cas échéant, celui défini au Tarif du Support considéré.

#### 4. Mandat

Au cas où l'Annonceur aurait confié son achat d'espace à un Mandataire, une attestation de mandat signée par l'Annonceur et son Mandataire devra accompagner l'ordre d'insertion et préciser l'étendue du mandat accordé. En l'absence de durée indiquée expressément dans l'attestation de mandat, celle-ci sera réputée conclue pour une durée indéterminée jusqu'à la notification de sa résiliation par l'Annonceur. Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29 janvier 1993, l'original de la facture sera envoyé à l'Annonceur. Une copie de la facture sera envoyée au Mandataire.

#### 5. Tarifs, conditions commerciales et remise professionnelle

Les dégressifs commerciaux inscrits au tarif se calculent en cumul et s'appliquent sur le chiffre d'affaires brut par campagne. Sur les ordres exécutés dans le cadre d'un Mandat, une remise professionnelle de 15% est appliquée sur le chiffre d'affaires « Net avant remise professionnelle ».

Les frais techniques sont en sus et ne bénéficient pas des dégressifs commerciaux et de la remise professionnelle. Tous les Tarifs sont exprimés Hors Taxes.

#### 6. Refus ou suspension de publicité– Responsabilité

L'Editeur se réserve le droit à tout moment, sans indemnité quelconque, de refuser ou de suspendre l'exécution de toute réservation ou tout ordre pour une Annonce contraire à la loi ou qu'il estimerait contraire à la bonne tenue, la bonne présentation de ses publications, ou plus généralement à ses intérêts matériels ou moraux, l'Editeur n'ayant pas à justifier les raisons de son refus ou de la suspension. Le refus ou la suspension de l'Editeur ne saurait dispenser l'Annonceur du paiement des Annonces déjà insérées.

L'Editeur se réserve le droit de refuser, sans préavis ni indemnité, un Ordre d'insertion comme d'interrompre la diffusion d'une Annonce ou d'une campagne à tout moment, ou de modifier les conditions de règlement au cas où il aurait connaissance d'informations sur le caractère incertain de la solvabilité de l'Annonceur ou de son Mandataire. L'Annonceur et le Mandataire renoncent à se prévaloir de toutes sommes qu'ils estiment pouvoir leur être dues par AMP et/ou les Editeurs pour s'exonérer de leurs engagements et notamment de leur obligation de payer.

Toute Annonce est diffusée dans le(s) Support(s) sous la seule responsabilité de l'Annonceur et de son Mandataire qui garantissent expressément et solidairement l'Editeur contre tout recours d'un tiers ayant pour cause l'Annonce.

#### 7. Annulations, décalages de campagne et retards de livraison

**7.1 : Dans l'hypothèse d'une demande d'annulation ou de décalage de campagne de la part de l'Annonceur, les frais suivants seront appliqués :**

##### Frais d'annulation

Jusqu'à 15 jours ouvrés avant date de début de diffusion stipulée à l'Ordre d'insertion: pas de frais

De 15 jours à 5 jours, avant la date de début de diffusion stipulée à l'Ordre d'insertion: facturation de 40% à 60 % du montant de l'ordre d'insertion annulé

Moins de 5 jours avant la date de début de diffusion stipulée à l'Ordre d'insertion: facturation de 70% à 90% du montant de l'ordre d'insertion annulé

##### Frais de décalage de campagne

Jusqu'à 15 jours ouvrés avant date de début de diffusion stipulée à l'Ordre d'insertion: pas de frais

De 15 jours à 5 jours, avant la date de début de diffusion stipulée à l'Ordre d'insertion: facturation de 20% à 40% du montant de l'ordre d'insertion décalé

Moins de 5 jours avant la date de début de diffusion stipulée à l'Ordre d'insertion : facturation de 40% à 60% du montant de l'ordre d'insertion décalé

**7.2 : En cas de retard de livraison des éléments techniques aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée par l'Annonceur.**

Tout retard de livraison des éléments libère AMP de l'engagement de livraison de volume sur la période contractuelle ; AMP facturera la totalité du volume réservé sur l'ordre.

### **8. Qualité et respect des spécifications techniques**

L'Annonceur et/ou son Mandataire devra respecter les prescriptions de l'Editeur fixées dans ses spécifications techniques (taille et poids des créations publicitaires, délais et conditions de mises en ligne, etc.) et qui sont disponibles pour consultation sur le site de AMP ([www.alticemediapublicite.fr](http://www.alticemediapublicite.fr)), ou pourront être communiquées sur demande.

AMP se réserve le droit de refuser toute modification même mineure demandée par l'Annonceur et, dans le cas contraire, toute modification et/ou correction sera facturée.

En outre, AMP décline toute responsabilité en cas de problème dû au non-respect des normes techniques requises, ou dans l'hypothèse où les éléments techniques ne seraient parvenus qu'après la date limite de la remise mentionnée dans les spécifications techniques.

### **9. Recueil des données**

L'annonceur et l'agence media sont dans l'obligation d'informer la régie AMP au préalable dans l'hypothèse de l'insertion de tags dans les créas permettant de recueillir des données de connexions des internautes.

Tout principe de collecte de données personnelles (au sens de la définition de la loi Informatique et Libertés, en ce compris toute donnée considérée comme « sensible ») par l'intermédiaire de ces tags est exclu.

### **10. Propriété**

Les logos des Supports ou des publications rattachées ne peuvent être utilisés dans une Annonce sans une autorisation écrite préalable.

### **11. Exclusivité**

AMP ne concède aucune exclusivité à l'Annonceur sous quelque forme que ce soit ; des conditions d'exclusivité pourront cependant être convenues, qui devront faire l'objet de conditions particulières expressément stipulées à l'ordre d'insertion.

### **12. Compte rendu d'exécution des ordres**

Les parties conviennent et reconnaissent que toutes les statistiques émises par le serveur de publicité utilisé par AMP font office de données officielles et définitives entre les parties ; elles prévaudront entre les parties sur toute autre donnée enregistrée par l'Annonceur ou un tiers pour l'Annonce en cause. AMP s'engage à fournir aux Annonceurs l'accès aux statistiques de campagnes les concernant.

Aucune réclamation ne sera admise passé un délai de 8 jours après la fin de la diffusion de l'Annonce dans le Support..

### **13 Facturation (hors Vente Programmatique)**

La facturation s'effectue en fin de diffusion de l'Annonce dans le Support, ou chaque fin de mois au prorata pour une même campagne s'étalant sur plusieurs mois.

**14.1 L'Annonceur est dans tous les cas responsable du paiement de l'ordre de publicité** aux conditions définies au Tarif et aux Frais Techniques. Conformément aux dispositions légales, la facture sera obligatoirement adressée à l'Annonceur. Une copie de la facture sera adressée au Mandataire. Lorsque celui-ci est désigné comme l'Entité facturée, il est responsable en première ligne du paiement de ladite facture l'Annonceur restant redevable en cas de défaillance de sa part, à savoir impayé après une lettre de mise en demeure restée sans effet dans un délai de 15 jours à compter de **la date de première présentation au Mandataire.**

### 14.2 Règlement

En application de la loi de modernisation de l'économie (LME), le délai de paiement de nos factures est de 45 jours fin de mois. Pour tout nouvel annonceur ou pour tout ordre passé par un annonceur ou un mandataire avec lequel l'Editeur aurait eu précédemment des difficultés de paiement, l'Editeur se réserve le droit de demander le règlement avant diffusion à la remise de l'ordre. Dans ce cas, l'exécution du contrat n'interviendra qu'à l'issue de l'encaissement effectif du règlement.

En cas de paiement après l'échéance, des intérêts de retard seront calculés depuis la date d'échéance, figurant sur la facture, jusqu'au jour du paiement effectif à un taux égal à 3 fois le taux de l'intérêt légal en vigueur. Ces pénalités seront payables immédiatement à réception de facturation.

En outre, conformément aux dispositions des articles L.441-6 et D.441-5 du code de commerce ; une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant de 40 euros TTC sera due par facture en cas de non respect du délai de paiement.

Tout retard de paiement entraînera, outre le droit pour ERS de suspendre l'exécution des ordres d'insertion en cours, l'exigibilité immédiate de toutes les sommes facturées restant dues et des ordres insérés non encore facturés.

A titre de clause pénale et après mise en demeure par LRAR, l'Editeur se réserve le droit d'une majoration complémentaire de 15% du montant HT de l'intégralité des sommes dues.

**14.3. Taxes :** Les taxes applicables, notamment la TVA, sont celles applicables en France à la date de diffusion. Elles sont intégralement à la charge de l'Annonceur, sauf dispositions légales contraires.

**14.4. Frais techniques :** ils sont intégralement à la charge de l'Annonceur et sont facturés conformément à l'Ordre d'insertion.

### 15. Force majeure

Un retard de diffusion ou de défaut d'exécution d'un ou plusieurs Ordres d'insertion dans une campagne survenance d'un événement de force majeure ou de circonstances exceptionnelles indépendantes de sa volonté l'empêchant de répondre à ses obligations, et notamment tout dysfonctionnement technique, quelle qu'en soit la nature (en ce compris, sans limitation : le dysfonctionnement ou encombrement du réseau Internet, le dysfonctionnement du « Ad server »), ne peut justifier la résiliation de l'Ordre par l'Annonceur ni même donner lieu à une indemnité quelconque.

### 16. Loi et compétence

Loi applicable : toutes les ventes d'espaces publicitaires réalisées par AMP sont soumises à la loi française.

Compétence : Toute contestation ou tout litige relatif à l'application, l'interprétation, l'exécution ou la nullité de l'une quelconque des dispositions des présentes conditions générales de vente relèvera de la seule compétence du Tribunal de Commerce de Paris.

### 17. Réclamation :

Il est entendu que l'outil de gestion de campagne de AMP fait foi entre AMP, d'une part, et l'Annonceur et le Mandataire, d'autre part. Toute réclamation relative à la diffusion d'une campagne ne pourra pas être prise en compte par AMP si elle n'est pas consécutive à un contrôle effectué conjointement par l'Annonceur et un collaborateur (ou salarié) de AMP. Les réclamations, quelle qu'en soit la nature ne seront reçues que par écrit et dans un délai maximum de quinze jours après la date de la facture.

### **18. Insertion des Tags ou traceurs au sein des publicités**

L'Annonceur est tenu d'informer AMP et d'obtenir son consentement préalable écrit avant toute insertion dans les créations publicitaires d'un tag ou traceur quel qu'il soit, qui viserait à recueillir des données de navigation des internautes, traitées de manière anonyme. L'Annonceur reconnaît que cette autorisation est donnée au cas par cas. Ces tags restent la propriété de l'Annonceur et ne sont pas destinés à être communiqués ou transférés à des tiers quels qu'ils soient, ni être agrégés ou fusionnés avec d'autres informations quelles qu'elles soient.

L'Annonceur s'engage à respecter la loi et notamment les recommandations CNIL en la matière, notamment celles concernant l'obtention de l'accord tacite des internautes, la durée de vie des tags et la mise en place d'un outil simple d'utilisation pour permettre aux internautes de les désactiver. L'Annonceur reconnaît la possibilité pour AMP de mettre à disposition des internautes un outil leur permettant de désactiver l'ensemble des tags présents dans les Supports.

AMP se réserve le droit de modifier ou désactiver à tout moment, dans ses emplacements publicitaires, un ou plusieurs tags de l'Annonceur. L'Annonceur déclare et garantit ne collecter aucune donnée personnelle, ni aucune adresse IP (au sens de la définition de la loi n°7817 du 6 janvier 1978 dans sa dernière mise à jour dite « Loi Informatiques et Libertés »), par l'intermédiaire de ces tags et traceurs. L'Annonceur garantit qu'en conséquence, aucune base de données incluant des données personnelles n'est constituée et/ou conservée par lui, étant précisé que l'Annonceur est seul responsable de toute faille de sécurité relative à ces tags.

L'Annonceur doit permettre à AMP d'accéder aux données techniques collectées au moyen des tags, par la mise en place d'accès à un outil de Tracking en temps réel. L'Annonceur est responsable du bon fonctionnement de cet outil et devra remédier à tout dysfonctionnement qui lui serait notifié par AMP. Il est expressément convenu que les données collectées au moyen de ces tags ne sont pas opposables à AMP. S'agissant des tags permettant la géolocalisation de manière anonyme, l'Annonceur reconnaît que l'autorisation ne peut être donnée que pour des villes de plus 50 000 habitants (valable dans les campagnes display classiques et les e-mailings) et que leur durée de vie soit limitée à deux mois ou en tout état de cause, ne soit pas excessive et proportionnelle au service rendu.

### **19. Cas particulier des Ventes Programmatiques**

Altice Media Publicité met à disposition des Annonceurs et Mandataires une ou plusieurs plates-formes technologiques virtuelles automatisées mettant en relation directe les acheteurs et vendeurs de publicité sur Internet, autour d'un prix et/ou d'un espace variables, sans autre intervention de la part d'Altice Media Publicité. Les utilisateurs de ces plates-formes lorsqu'ils en sont pas Annonceurs, reconnaissent donc expressément être, dans cette hypothèse, en situation de proposer à la vente des espaces publicitaires au même titre qu'une régie publicitaire. Ces intervenants s'engagent, en conséquence, à respecter les conditions d'utilisation de ces plates-formes ainsi que les dispositions applicables en France en matière d'achat d'espaces (et notamment celles de la Loi Sapin du 29 janvier 1993). Nonobstant toute disposition contraire des CGV, les Ventes Programmatiques seront facturées aux Annonceurs par les dits intervenants et payables dans les délais légaux.