



DIGITAL

— CGV 2013 —

SOMMAIRE



LA STRATEGIE DIGITALE DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ	3
1/ LES MARQUES À FORTE IDENTITÉ QUI SE DÉCLINENT SUR TOUS LES SUPPORTS	6
2/ DES POSSIBILITÉS DE COMMUNICATION QUI S'ADAPTENT À CETTE RICHESSE	18
3/ LA PERFORMANCE ET LE CIBLAGE POUR RENFORCER VOTRE EFFICACITÉ	43
4/ LES CONDITIONS COMMERCIALES / TARIFS / CGV	52

LES USAGES DIGITAUX S'INTENSIFIENT

Accroissement du taux d'équipement en supports digitaux, du temps passé sur les supports, intensification du multi tasking digital

L'OFFRE DIGITALE SE DÉVELOPPE

Nouvelles technologies (W8, responsive design...), nouvelles offres (second écran, retargeting, keywords...), nouveaux acteurs (plateformes adexchange...)



LA STRATÉGIE DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ S'ADAPTE...

... à la nouvelle donne marché et aux nouveaux usages média, main dans la main avec nos éditeurs, pour penser les solutions publicitaires de demain

PLURI

9 personnes sur 10 consomment chaque semaine au moins **un média** de **Lagardère Publicité***
1 portefeuille de marques unique sur **6 médias** commercialisés



DIGITAL



Source : MEDIAMETRIE NETRATINGS DECEMBRE 2012

7ÈME RÉGIE INTERNET

1 portail des sites de marque



des pure players

30 MARQUES fortes présentes au travers de :



Source : AT INTERNET DECEMBRE 2012



Source : AT INTERNET DECEMBRE 2012. chiffres sur iPad, Android et Windows 8

1^{er} groupe média sur les applications smartphone & tablette



*Source : Étude Cross Médias 2012: Affimétrie, Audipresse, Médiamétrie

OS : iOS, Android, Windows 8, Bada, RIM



INNOVATION

- La force d'un grand groupe avec la capacité d'**innover en mode start'up**
- Proposition de **mécaniques innovantes**
- **Développements technologiques**

RICHESSSE DES SUPPORTS

- Variété des **marques fortes** sur des **thématiques variées**
- Des supports **premiums**
- Des marques de + en + pensées à **360°** en s'appuyant **sur les particularités de chaque média**

CONSEIL & SUIVI

- **Nos commerciaux : vos interlocuteurs dédiés** pour élaborer des **dispositifs efficaces** en fonction de **vos besoins**
- Suivi au cours de **l'année** et tout au long de vos **campagnes**

EXPERTISE

- **Notre service Étude**
- **Notre service Marketing**

SYNERGIE TRANSVERSE

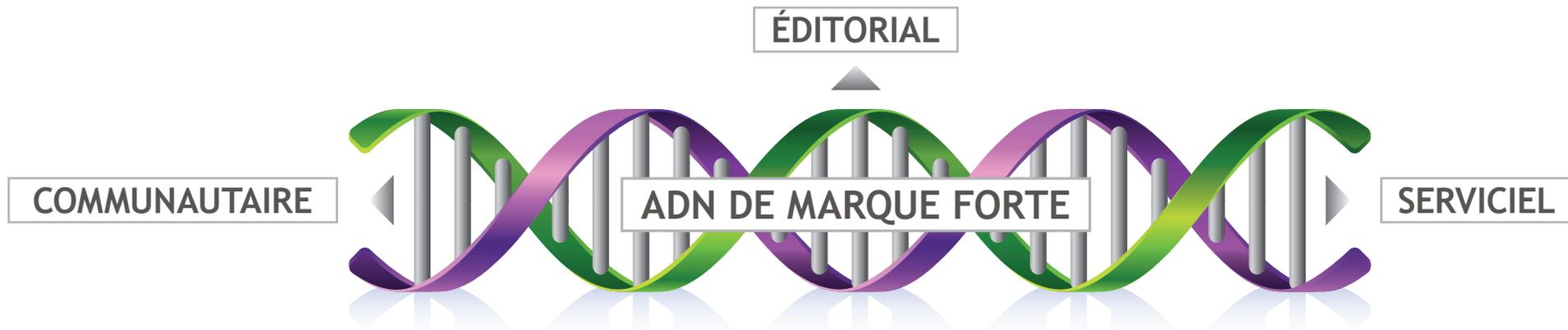
- **Entre média** à tous les niveaux
- **Intra pôle digital** via des commerciaux experts tous supports



1 / LES MARQUES À FORTE IDENTITÉ QUI SE DÉCLINENT SUR TOUS LES SUPPORTS

La digitalisation des marques en multicanal	7
Des supports digitaux complémentaires et stratégiques	8
Des thématiques clefs identifiées	9
La puissance chez Lagardère Publicité	15
Les applications Windows 8	16
Les applications TV connectée	17

Lagardère Publicité : **un savoir faire digital** au service de marques fortes



Restez **pionnier** sur les nouveaux supports, et l'adaptation aux nouveaux usages

Se positionner sur les **nouveaux leviers d'audience** (TV connectée...)

Créer de la connivence entre la marque et son audience via des contenus **premiums**

Permettre aux annonceurs de démultiplier les points de contacts via une stratégie pluri média digitale et globale



21,4 MILLIONS de VU

Source : MEDIAMETRIE NETRATINGS DECEMBRE 2012

44,5 M D'INTERNAUTES
en France en décembre 2012 ⁽¹⁾

UTILITAIRE & EXHAUSTIF

Personnel ou Professionnel / A domicile & sur le lieu de travail /
En journée & en soirée



3,6 MILLIONS de VU

Source : AT INTERNET DECEMBRE 2012

23,6 M DE MOBINAUTES
en France au 4^{ème} trimestre 2012 ⁽²⁾

SERVICIEL & INSTANTANÉ EN MOBILITÉ

Jeune / Personnel /
A toute heure / Hors domicile



LA TV CONNECTÉE : 4^{ÈME} ÉCRAN DIGITAL

3 M DE FOYERS ÉQUIPÉS DE TV CONNECTABLES
en France au 1^{er} trimestre 2012 ⁽³⁾

INNOVANTE & INTERACTIVE

Personnel ou Familial / A domicile /
En journée & en soirée



806 000 VU

Source : AT INTERNET DECEMBRE 2012. chiffres sur iPad, Android et Windows 8

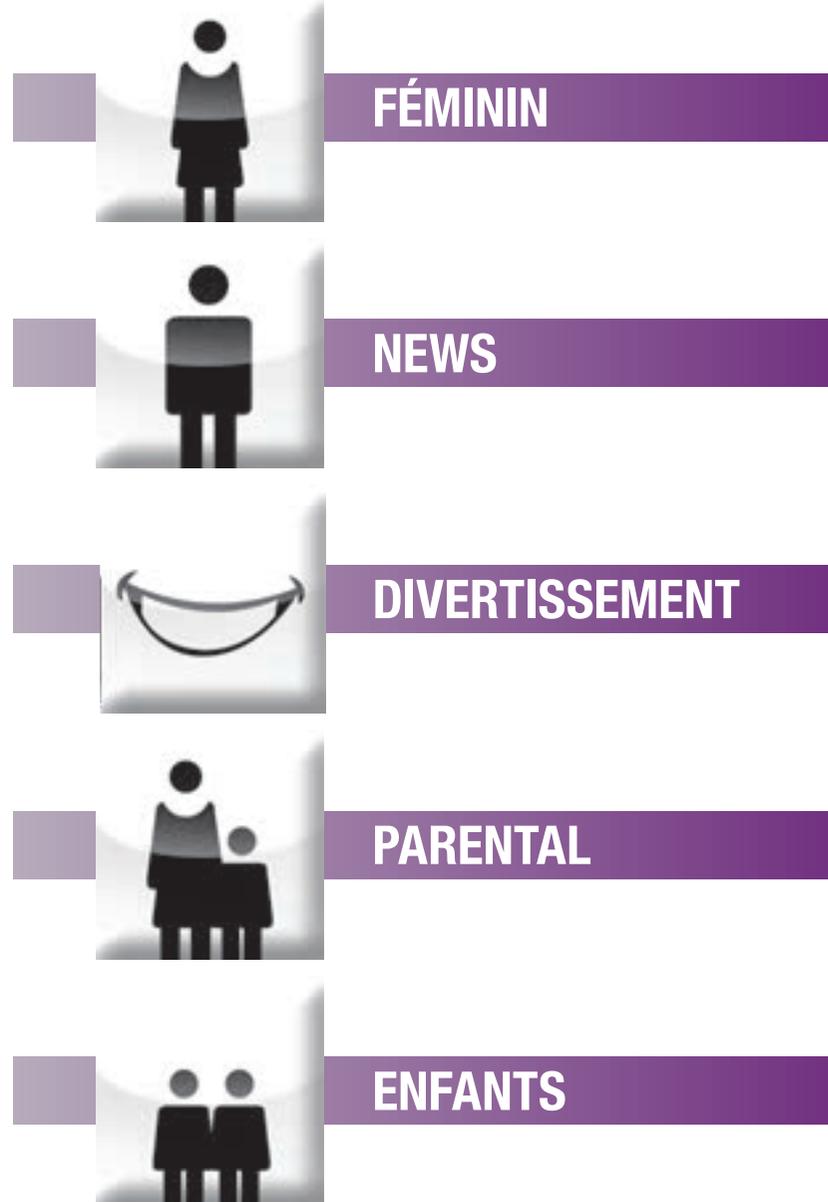
3 M DE FOYERS POSSÈDENT UNE TABLETTE TACTILE
en France au 3^{ème} trimestre 2012 ⁽⁴⁾

LOISIR & PLAISIR

Adulte et Familial / Collectif / En soirée / A domicile

Source : (1) Médiamétrie - usage moyen web + pc avec application décembre 2012 (2) TSM/MCI 4^{ème} trimestre 2012

(3) GFK / Médiamétrie - Référence des Equipements Multimédias - 1^{er} trimestre 2012 (4) GFK / Médiamétrie - Référence des Equipements Multimédias - 3^{ème} trimestre 2012





INTERNET

2,6 M
de VU

ELLE

Le 1er site
de presse féminine
haut de gamme

169 000 VU

dailyELLE

Le nouveau RDV
quotidien mode

601 000 VU

Be

Le 1er site média
de social shopping

3,3 M
de VU

Public

Le féminin people

512 000 VU

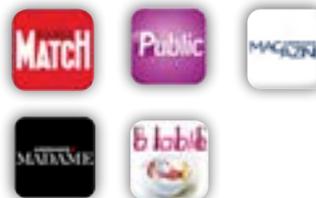
MAISON DÉCO

Le site incontournable
de vos projets déco

MOBILE



TABLETTE



TV CONNECTÉE



PACKS & OFFRE



14,2 M
de VU

Pack Femmes



Offre Gatefold

Public

Offre 4 médias



Offre FIVE



INTERNET

3,1 M
de VU



Une info,
3 façons d'en parler

1,1 M
de VU

BOURSIER.COM

La référence
de l'actualité boursière

MOBILE



TABLETTE



TV CONNECTÉE



PACKS & OFFRE



5,3 M
de VU

Pack News





INTERNET

5,5 M
de VU

PREMIERE

Toute l'actualité
du Divertissement !

181 000 VU



300 000 VU



MOBILE



TABLETTE



TV CONNECTÉE



PACKS & OFFRE



6,9 M
de VU

Pack Divertissement

PREMIERE

Offre **Full Contact**



Offre **Télé 7**



INTERNET

923 000 yu

Infobébés
PARENTS.fr

Le portail parental

MOBILE



TV CONNECTÉE



PACKS & OFFRE



2,5 M
de VU

Pack Mamans



Parents testeurs



INTERNET

L'offre leader
sur l'univers Enfant

504 000 VU



La marque de la famille
et des enfants sur internet

1 M
de VU



Le site éditorial
du loisir pour la famille



MOBILE



TABLETTE



TV CONNECTÉE



CONSOLE



PACKS & OFFRE



1,5 M
de VU

Pack Enfants



Offres multi écrans

INTERNET



13,2 M
de VU

sur le portail au global

5,6 M
de VU

sur la Homepage

5,4 M
de VU

sur le Webmail



21,4 M
de VU

L'offre à la performance
Lagardère Publicité



Source : Médiamétrie Netratings Décembre 2012

NOS MARQUES DÉJÀ PRÉSENTES SUR



À VENIR



FORMATS DISPONIBLES

- Interstitiel cliquable (classique, html5, vidéo)
- Pavé cliquable

FORMATS À VENIR

- Pré et post roll vidéo cliquable sur Public, Télé7 et Première

NOS MARQUES DÉJÀ PRÉSENTES ET À VENIR SUR LA TV CONNECTÉE

Présentes



À venir



LES BOX PARTENAIRES



free



Google tv



LES CONSTRUCTEURS TV PARTENAIRES



TOSHIBA



2/ DES POSSIBILITÉS DE COMMUNICATION QUI S'ADAPTENT À CETTE RICHESSE

Des formats spécifiques en réponse à vos attentes -----	19
Les formats émergents chez Lagardère Publicité -----	20
La vidéo instream chez Lagardère Publicité -----	23
La vidéo outstream chez Lagardère Publicité : l'offre full screen vidéo --	24
Les formats audio digitaux -----	25
Les offres multi écrans -----	29
Le second écran -----	32
La Réalité augmentée : un service naturellement user friendly -----	33
Les opérations spéciales Lagardère Publicité -----	34

Développer une **solution publicitaire digitale globale**
en adéquation avec **vos attentes**,
centrée autour de **formats émergents** diffusés
sur **l'ensemble des supports digitaux**



IMAGE

FORMATS ÉMERGENTS
INTEGRÉS
EN HOME PAGE

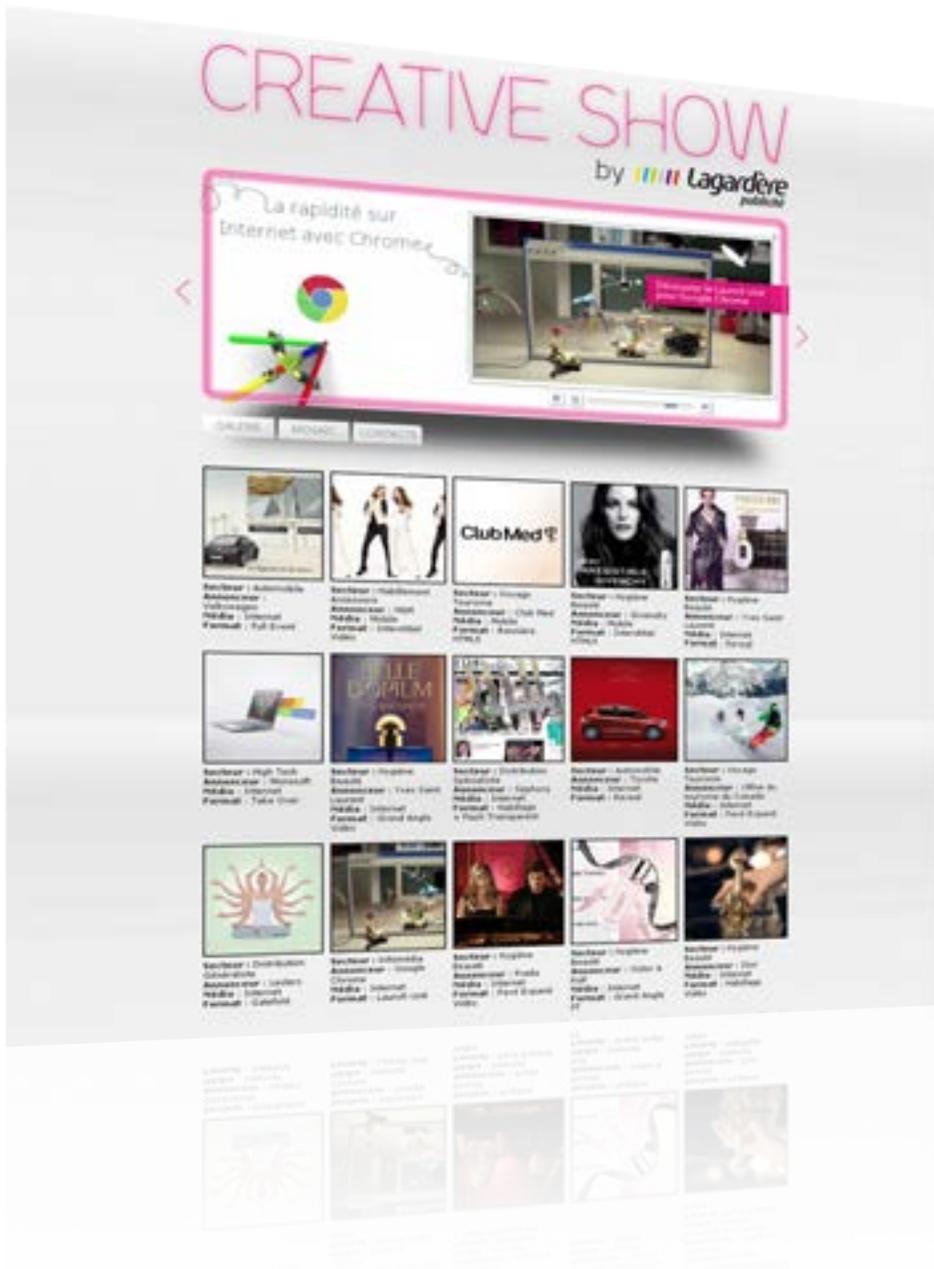
NOTORIÉTÉ

FORMATS ÉMERGENTS
EN PAGE D'ENTRÉE
DU SITE

TRAFIC

FORMATS CLASSIQUES
ATTRACTIFS EN ROTATION
GÉNÉRALE

Rendez vous sur le **Creative Show**
pour visualiser nos formats émergents



<http://www.lagardere-pub.com/creativeshow/>

Interstitial HTML 5 (Mobile)



Video outstream



Take over



Interstitial



Reveal

Full event

Interstitial vidéo
(Tablette)

Grand angle vidéo



Des vidéos premiums :

- éditées par des **professionnels** : *journalistes ou producteurs*
- des **marques leader** et **caution**
- des contenus **en affinité**
- des **thématiques tendances** : *cinéma, beauté, infos à chaud, animations...*
- un **environnement de qualité**
- des **vidéos multi-device** et des formats en croissance : *iptv, vidéo instream, live, catch-up tv*



6 M
de vidéos

PREMIERE

2 M
de vidéos

Europe 1

3 M
de vidéos

▶ Le + : ajoutez un bandeau overlay à vos vidéos instream

Des vidéos premiums :

- Un format vidéo **impactant** en mode **plein écran**
- Un format vidéo de **30 secondes** avec un **annonceur unique**
- un format disponible sur toutes nos **marques premiums**





L'OFFRE SUR LES PODCASTS

1^{ÈRE} RADIO la plus podcastée !

+ de **6,3 MILLIONS** de téléchargements en octobre 2012 ⁽¹⁾

■ Toute la radio avec **97 PODCASTS**
qu'on peut retrouver sur Europe1.fr, sur Itunes...

■ Une offre **LARGE ET DIVERSIFIÉE**

■ Toutes les émissions découpées et rééditorialisées

7H00 - 9H30 EUROPE 1 MATIN BRUCE TOUSSAINT		
2h30 d'info avec les 150 journalistes de la rédaction mais aussi Laurent Ruquier, Nikos Aliagas, Nicolas Canteloup, Anne Roumanoff... Rigueur et bonne humeur au rendez-vous chaque matin.		
Europe 1 matin	Bruce Toussaint	Télécharger S'abonner
Le journal de 7h	La rédaction	Télécharger S'abonner
Le buzz politique	Thierry Guenier	Télécharger S'abonner
Le coup de fil à...	Bruce Toussaint	Télécharger S'abonner
Le zoom éco	Axel de Tarté	Télécharger S'abonner
Décryptage politique	A. Chabot, L. Neumann, R. Cohen, C. Nay, O. Duhamel	Télécharger S'abonner
L'interview de...	Bruce Toussaint	Télécharger S'abonner
Presse papier	Laurent Ruquier	Télécharger S'abonner

81% DES PODCASTS d'Europe 1 téléchargés sont écoutés ⁽²⁾

■ Communiquer sur les **TOP TÉLÉCHARGEMENTS** ⁽³⁾



Nicolas Canteloup
LA REVUE DE PRESQUE
2 291 356 Téléchargements



Laurent Ruquier
ON VA S'GÊNER
1 731 103 Téléchargements



Franck Ferrand
AU COEUR DE L'HISTOIRE
954 213 Téléchargements

■ Possibilité de **SPONSORING DES PODCASTS** :

- + **Spot du partenaire** en début d'émission
- + **Présence exclusive** avec un seul et unique annonceur par podcast

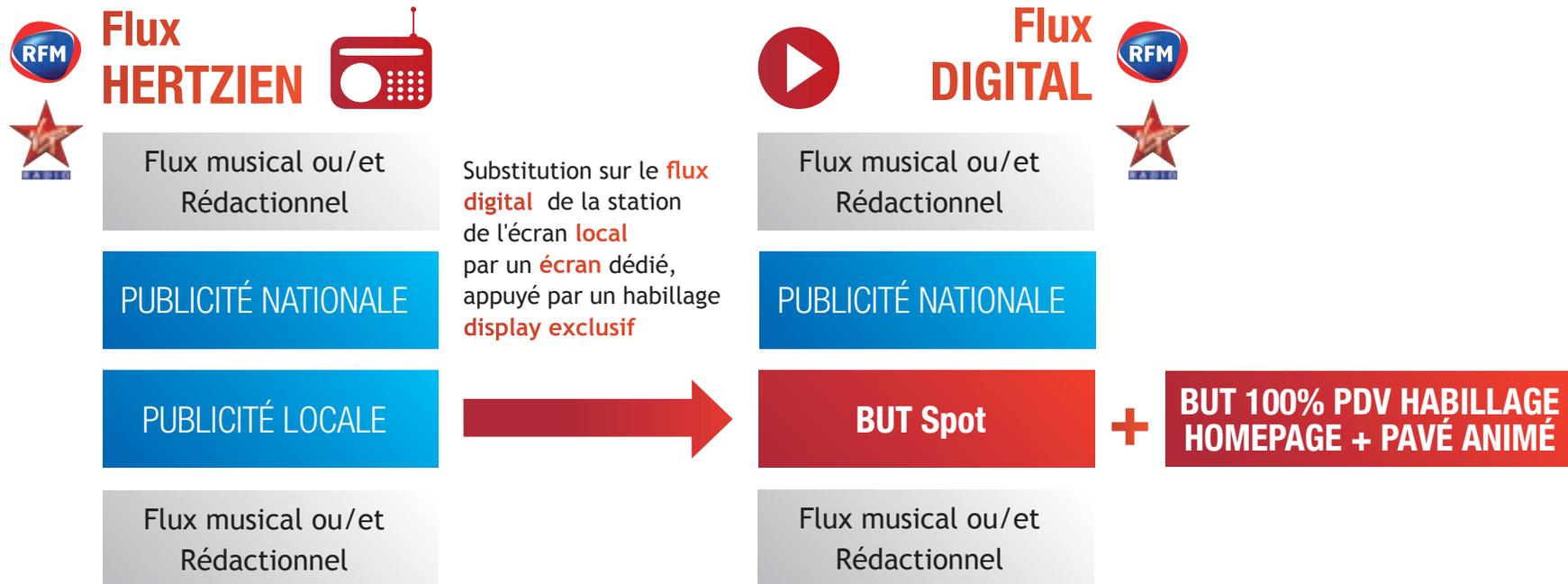
Sources : (1) Etude Catch-up Radio - Octobre 2012 Copyright MEDIAMETRIE eStat. Nombre de téléchargements sur le mois d'octobre. (2) MEDIAMETRIE - Etude ad-hoc sur l'écoute des podcasts - Mai 2012. (3) Editeur - MEDIAMETRIE eStat - Octobre 2012



L'OFFRE **PLAYER LIVE - AUDIOTING**

— MÉCANIQUE —

Un dispositif **innovant** et **exclusif** qui permet de diffuser des spots de 30s sur les players de Virgin Radio et RFM





L'OFFRE **PLAYER LIVE - AUDIOTING**

DISPOSITIF

PRÉ-ROLL AUDIO

- Insertion d'une publicité **AUDIO** à la place de la publicité locale (1 pub/demi-heure)
- 1 SEMAINE** sur le player live de Virgin.fr
- 100% de PDV**: annonceur exclusif



HABILLAGE HOMEPAGE

- En complément pour faciliter la navigation de l'internaute et pour plus d'interaction :
Habillage de la Homepage pendant 7 jours // 100% PDV



 **TARIFS: NOUS CONSULTER**



L'OFFRE WEBRADIOS

LES WEBRADIOS

Toute la musique **SUR LES WEBRADIOS**

700 000 LANCEMENTS par mois* sur



Nouveautés



Club



Pop Rock



Fans



Scène française

375 000 LANCEMENTS par mois* sur



RFM Night Fever



RFM collector



RFM Party 80



New Wave 80



RFM Nouveautés

PRÉ-ROLL AUDIO

SPOT ANNONCEUR TOUTES LES 7 CHANSONS



Sur Virgin.fr

1 SEMAINE sur toutes les webradios
100% de PDV



Sur Rfm.fr

1 SEMAINE sur toutes les webradios
100% de PDV



TARIFS : NOUS CONSULTER

Source : *Données Yacast Mai 2012



DES OFFRES ADAPTÉES À VOS BESOINS

UNE OFFRE 100% TV



TV



IPTV

POUR PROLONGER VOTRE CAMPAGNE TV, ET GAGNER EN VISIBILITÉ !



Investissez en IPTV un montant net supérieur
ou égal à **10% du budget net investi en TV**
Obtenez **5% d'espace gracieux supplémentaire**
sur la chaîne Gulli





DES OFFRES ADAPTÉES À VOS BESOINS



UNE OFFRE 100% DIGITALE



WEB



IPTV



TABLETTE



MOBILE



1 million de pré-roll vidéo sur les 4 écrans
250 000 euros brut

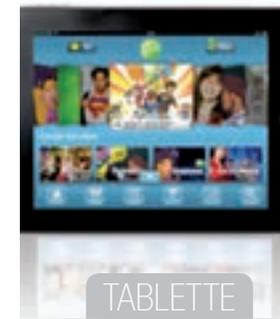




COMMUNIQUEZ SUR TOUS LES ÉCRANS DE GULLI



**UNE OFFRE
GLOBALE
5 ÉCRANS**



**FAITES PARTIE DES PREMIERS ANNONCEURS À SE LANCER SUR LE « 5 ÉCRANS »
POUR UNE IMAGE INNOVANTE ET UNE EXPÉRIENCE DE MARQUE RENFORCÉE !**

CIBLAGE

Cibler vos campagnes sur les écrans GULLI

PROXIMITÉ

Créer une expérience multi-media et générer du Buzz

COUVERTURE

Amplifier l'exposition de vos campagnes

RÉPÉTITION

Multiplier les contacts par le multi canal / multi écrans

140 GRP 4-14 ans pour 3 semaines
de communication sur la chaîne Gulli
et

1 million de pré-roll vidéo sur les 4 écrans
(web, l'IPTV, la tablette, le mobile)

JANVIER-SEPTEMBRE : 450 000€ BRUT
OCTOBRE-DÉCEMBRE : 600 000€ BRUT



Le **multi tasking media** au cœur d'un dispositif publicitaire innovant

- Des **technologies intégrées dans l'application**, pour **faire dialoguer le device digital avec la radio ou la tv**
- Des **plans média classiques** pour un **dispositif innovant** :
une **phase d'autopromo offerte** suivi d'un **dispositif plurimédia offline & digital**



Phase de Teasing / Mise en place du RDV

Plan media d'alertes et de promotion du dispositif pour encourager l'auditeur à se munir de tablette /mobile en écoutant la publicité.

Synchronisation

L'auditeur au RDV débloque l'application et synchronise son appli avec le son, en l'occurrence la publicité.

Interaction

La synchronisation débloque un contenu additionnel autour de la publicité.

4 étapes pour accéder instantanément et facilement à du contenu digital exclusif



1/

Télécharger

l'**appli gratuite** Auto Moto Reader sur son smartphone / tablette



2/

Repérer

dans le magazine les pages portant le **pictogramme** « complément Vidéo »



3/

Scanner

avec smartphone / tablette : apparition d'un visuel en Réalité Augmentée permettant d'enclencher une interaction

technologie :

reconnaissance d'image immédiate

- > pas besoin de cadrer
- > pas de mise au point

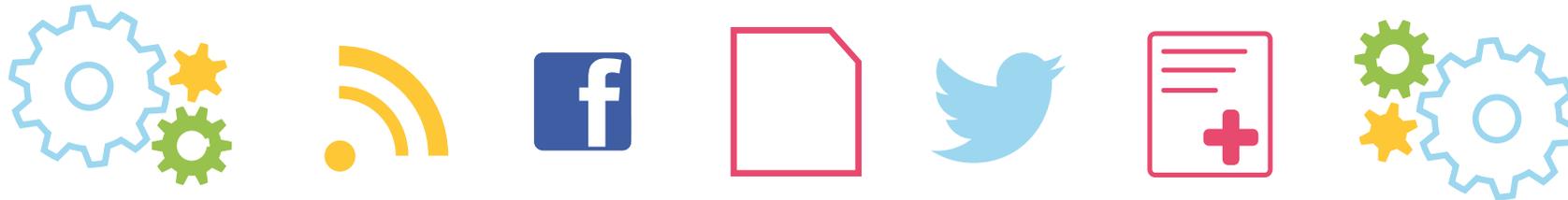


4/

Découvrir

le **contenu** proposé par la marque : son, vidéo, mini-site, boutons interactifs, jeu-concours, ...

Création ad hoc de **concepts** et **mécaniques**
 développant du **contenu pour votre marque**, infiltrant les communautés,
 utilisant les **dernières innovations**



Rubriques dédiées avec **intégration optimale, création / remontées de contenu** sur et autour de l'univers du produit (blogs de marques, webépisodes, flux rédactionnels thématiques. . .)

Mécanique participatives poussées se basant sur des **principes naturellement viraux**, s'appuyant sur les réseaux sociaux, les blogs influents. . .

Intégration de technologies émergentes (réalité augmentée, vidéos interactives, moteurs 3D. . .)

SEPHORA NAIL BAR

OBJECTIFS

Sephora souhaite **faire connaître ses gammes ongle** et les différents accessoires. De plus la marque veut **créer du trafic** vers son eshop.

RÉPONSE

Création d'un **espace dédié écran** sur Elle.fr, avec des conseils, des **vidéos** pour faire connaître les gammes ongles disponibles chez Sephora. Un **univers graphique haut de gamme** et des **textes rédigés par nos équipes**.



*Espace dédié
en rubrique Beauté*

ELLE



*Les conseils beauté
avec vidéos*



*Les conseils tendance
avec vidéos*



Le psycho-test



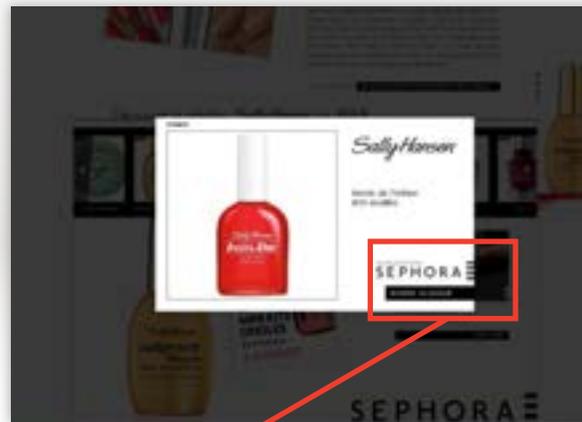
*Le jeu pour gagner
des kits ongles*

SEPHORA NAIL BAR

Création de trafic vers l'eshop de Sephora en anticipant le parcours d'achat :
sur chaque page, un diaporama des produits et au clic un accès à l'eshop avec le bouton d'achat



Espace dédié en rubrique Beauté



Au clic sur un produit ouverture
du focus produit



Le bouton Acheter renvoie directement
vers la fiche produit au sein du site
de Sephora

ELLE

Le dispositif est soutenu par une **forte médiatisation** via des **formats événementiels** et des **formats dédiés aux opérations spéciales**.

IBM - CLOUD



OBJECTIFS

IBM souhaite asseoir son image **d'expert sur le cloud** et expliquer le cloud auprès d'une **cible de décideurs** en entreprises de plus de 100 salariés

RÉPONSE

Création d'un **dispositif transmédia rédactionnel** pour **expliquer** le cloud auprès de la cible : **la plateforme 100% éditoriale « les Clés du Cloud »** sponsorisée par IBM sur Europe1.fr.



Europe 1



Des articles rédigés par la rédaction d'Europe1.fr



Une vidéo hebdomadaire durant 10 semaines (interviews de personnalités qui ont un jour été confrontées à un problème auquel le cloud aurait pu répondre...)



Des experts d'IBM ont la parole et peuvent répondre aux questions des internautes



Des remontées d'articles, de tweets sur le cloud et un petit lexique

Des interventions récurrentes de la rédaction à l'antenne pour **expliquer** le cloud et médiatiser la plateforme « Les clés du cloud »



Messages 15" lus par les meneuses de jeu renvoyant vers « Les Clés du Cloud »



Sponsoring inédit de l'émission des Clics et des Claques

Des formats éditoriaux dédiés au Cloud et des formats publicitaires sur le **Journal du Dimanche**



Un dispositif soutenu par de la **médiatisation** via des formats **impactants**, des formats **spéciaux** et des formats **radios**.

OBJECTIFS

Orange prend la parole sur Internet autour du festival de Cannes pour associer sa marque à cet événement mythique et communiquer sur l'avantage **Cineday d'Orange** (1 place achetée = 1 place offerte)

RÉPONSE

Sponsoring exclusif du dossier spécial Cannes sur **Premiere.fr**, sous la forme d'une **sous-rubrique**.



PREMIERE

ORANGE - FESTIVAL DE CANNES



Le dossier regroupe différents contenus éditoriaux créés pour l'occasion : news heure par heure, photos, vidéos, une blogueuse en direct du Majestic et les sélections de la rédac.



Le + : La **création d'un dossier spécial** par Premiere.fr riche de contenus avec une **présence exclusive de l'annonceur**

Le dispositif est complété par de la médiatisation via des formats éditoriaux et premiums.

SAMSUNG - CLIC TO VIDEO



OBJECTIFS

Promouvoir le nouveau produit de l'annonceur, le **Samsung Galaxy Note** mi téléphone - mi tablette

RÉPONSE

Mise en place d'un dispositif renvoyant vers le **spot TV de l'annonceur**.
Dispositif à la fois sur mobile et tablette pour **jouer avec la dualité du Samsung Galaxy Note**



*Interstitial cliquable,
à l'ouverture de l'application*

*Bannière classique
cliquable*

*Renvoi vers un mini site
dédié avec de la vidéo*

Mobile : Pack Hommes



*Reprise du spot TV
de l'annonceur*

SAMSUNG - CLIC TO VIDEO



Interstitial classique cliquable, en format paysage et portrait

Bannière classique cliquable, en format paysage et portrait

Renvoi vers un mini site dédié avec de la vidéo



Reprise du spot TV de l'annonceur



3/ LA PERFORMANCE ET LE CIBLAGE POUR RENFORCER VOTRE EFFICACITÉ

LA PERFORMANCE -----	44
DES POSSIBILITÉS DE CIBLAGE TOUJOURS + INNOVANTES -----	47

INTERNET

L'OFFRE  **Lagardère**
performance

LE RÉSEAU **PREMIUM**

30 marques fortes au sein d'une offre
complète de **70 sites édités par**
des professionnels

Éditorial

Qualifié

Marques fortes

LE RÉSEAU **FIRST**

+ 10 000 sites

Une sélection de sites partenaires
dédiés à la **performance**
(opéré par Tradedoubler)

Puissance

Thématisation

Contexte ciblé

INTERNET



LE RÉSEAU PREMIUM

70 **sites** pour toucher près
d'1 **internaute** sur 2

21,4 MILLIONS de Visiteurs Uniques
MIXTE (51% Femmes/49% Hommes)
QUALIFIÉ (26% CSP+) AFF.113

Un réseau **important**
et **qualifié**

UN CONTEXTE de communication
VALORISANT Une diffusion sur des sites
IDENTIFIÉS ET CONNUS



Source : MEDIAMETRIE // Netratings - Tous lieux de connexion - Décembre 2012

INTERNET



LE RÉSEAU FIRST

Une sélection de sites partenaires pour faire de la **puissance**

LE +

La possibilité de choisir entre de la PUISSANCE **BRUTE** et de la PUISSANCE **THÉMATISÉE**

Un réseau dédié à la **PERFORMANCE**

Un réseau **COMPLÉMENTAIRE** permettant de **RENFORCER L'EFFICACITÉ** DES CAMPAGNES à moindre coût

5 packs
thématiques



SPORT



DIVERTISSEMENT



HOMMES



FEMMES



VIE PRATIQUE



LA GÉOLOCALISATION



LE RETARGETING



LE CIBLAGE SOCIO-DEMO



KEYWORDS

Communiquez spécifiquement sur la zone géographique de votre choix



GÉOLOCALISATION PAR ADRESSE IP

- 📍 Touchez précisément toutes les **personnes ciblées** par votre **campagne publicitaire**
- 📍 Maximisez votre couverture en communiquant là où votre **cible est sur-représentée**
- 📍 Ciblez uniquement votre **zone de chalandise**
- 📍 **Adaptez vos créations** à votre actualité régionale ou locale

ADAPTEZ VOTRE CIBLAGE EN FONCTION DE VOS BESOINS

- 📍 Ciblez au niveau du **pays**, de la **région**, du **département**, de la **ville**

Avec **QUOVA**[®]

Une offre de retargeting sur notre réseau premium

🎯 **CIBLER** un internaute d'un site vers le réseau

🎯 **CHOISIR** le nombre de fois où l'internaute peut voir la pub

🎯 **CHANGER** la création en fonction de si l'internaute clique ou non



Une nouvelle offre sur nos sites Premiums

- 📍 **CIBLER** des internautes en communiquant au sein d'un contenu correspondant avec votre univers grâce aux **Keywords** !



Votre publicité ciblée grâce aux keywords de destination



WEBMAIL

5,4 M
de Visiteurs
Uniques

838 M
de PAP*

🎯 **CIBLAGE** sur le sexe
et/ou

🎯 **CIBLAGE** sur l'AGE

15-24 ans	25-49 ans
15-34 ans	25-59 ans
15-49 ans	35-59 ans
25-34 ans	+ de 50 ans

🎯 **Le ciblage socio-démo** c'est la **puissance ciblée & 100% de contacts utiles**



Source : Médiamétrie Netratings Décembre 2012 / *Addecisive Décembre 2012

4/ TARIFS ET CGV

LES CONDITIONS COMMERCIALES -----	53
TARIFS -----	56
CGV -----	60

LE MONTANT MINIMUM DES CAMPAGNES

Le montant minimum d'insertion est fixé à 3 000€ HT net net par campagne.

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 PIONNIER

Cet abattement concerne les annonceurs qui n'ont pas réalisé de chiffre d'affaires en 2012 sur les sites commercialisés en 2013 par **LAGARDÈRE PUBLICITÉ** Internet et qui investissent en 2013. Il s'applique sur chacune des campagnes réalisées en 2013, après déduction faite de la remise volume.

- 10% sur le CA brut payant

3. LA REMISE FIDÉLITÉ

Cet abattement concerne les annonceurs ayant réalisé un chiffre d'affaires en 2012 sur les sites commercialisés par LAGARDÈRE PUBLICITÉ Internet et qui investissent en 2013. Il s'applique sur chacune des campagnes réalisées en 2013, après déduction faite de la remise volume.

- 20% sur le CA brut payant

4. 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

5. 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

6. 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 Internet une attestation de mandat selon le modèle fourni.

- 3% sur le CA net facturé

B - LES MAJORATIONS

1. LE CAPPING

Le capping limite, pour une période donnée, le nombre d'insertions d'une publicité sur un site support, par session utilisateur ou par adresse IP.

+15% sur le CA brut payant

2. LE CIBLAGE DE PROGRAMMATION

Il concerne toutes les campagnes qui font l'objet d'une programmation spécifique : le ciblage géographique par adresse IP, le ciblage horaire, le ciblage sur mots clés, la programmation de 2 formats liés sur une même page web.

+15% sur le CA brut payant

3. LE FORMAT « EXPAND »

Le format « Expand » est le développement d'un format classique (ex : expand banner, live square...).

+15% sur le CA brut payant

4. LE MULTIMARQUES

Cette majoration s'applique lorsqu'il y a la présence ou la citation de la marque d'un autre annonceur ou de plusieurs produits d'une même marque.

+15% sur le CA brut payant

C - LES CONDITIONS COMMERCIALES DE LAGARDÈRE PERFORMANCE

1. LA DIFFUSION

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

2. LA FACTURATION

- Investissement minimum de 5 000€ net, facturation au réel
 - CPC sur réseau PREMIUM : enchères à partir de 0,25€ net
 - CPC sur réseau FIRST : enchères à partir de 0,16€ net
- (Plus l'enchère est élevée, plus la probabilité d'être diffusée est importante)

3. LA CRÉATION

- 4 formats créatifs minimum (pas de Rich Media) pour garantir une large diffusion à choisir parmi les formats disponibles suivants : Méga Bannière, Bannière, Carré 250x250, Medium rectangle 350x250, Bouton 180x36 et 120x60, Skyscraper 120x600, Sky 160x600
- Message clair et attractif pour faciliter le call to action > créations produits et / ou promotionnelles obligatoires
- Si créations en dur, fournir 3 jeux de créations différents par format

D - LES CONDITIONS COMMERCIALES DES BASES DE DONNÉES

Sur devis. Les remises et les majorations décrites dans les articles A et B ne s'appliquent pas dans le cas présent pour le marketing direct.

E - LES CONDITIONS COMMERCIALES DES APPLICATIONS MOBILES

Les remises et majorations décrites dans les articles A et B ne s'appliquent pas aux applications mobiles à l'exception de la remise professionnelle et du cumul.

F - LES CONDITIONS COMMERCIALES DES TABLETTES

Les remises et majorations décrites dans les articles A et B ne s'appliquent pas aux applications Tablettes à l'exception de la remise professionnelle et du cumul.

TARIFS INTERNET RG

Important : les tarifs homepages/rubriques sont majorés de 25%

	Pavé 300x250	Grand Angle 300x600	Bannière XL 728x90	Interstitial Page	Footer Expand 1400x70	Launch Unit Video	Slim Ban	Multi-formats
Ados.fr	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €		40,00 €
BE.com	65,00 €	87,75 €	39,00 €	150,00 €	143,00 €	143,00 €		52,00 €
Bouquet News Europe 1	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €	143,00 €	26,00 €	52,00 €
Boursier.com / SFR Finance	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €	143,00 €	26,00 €	52,00 €
Elle.fr / SFR Femme	80,00 €	108,00 €		160,00 €	160,00 €	160,00 €	32,00 €	
Femina.fr	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €				40,00 €
Fluctuat.net	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €		40,00 €
Gulli.fr	65,00 €		39,00 €	143,00 €	143,00 €			52,00 €
Jedessine.com	65,00 €		39,00 €	143,00 €	143,00 €			52,00 €
Hachette-vins.com	50,00 €	67,50 €	30,00 €					
Infosbebes.com	60,00 €	70,00 €		140,00 €	140,00 €		24,00 €	
Koreus.com	35,00 €		21,00 €					
Lejdd.fr	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €			52,00 €
Maison Deco	70,00 €	80,00 €		150,00 €	150,00 €		32,00 €	
Parismatch.com	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €				52,00 €
Premiere.fr	50,00 €	67,50 €		110,00 €	110,00 €		20,00 €	
Public	60,00 €	75,00 €		132,00 €	132,00 €		24,00 €	
RFM.fr	50,00 €		30,00 €	110,00 €				40,00 €
Routard	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €	110,00 €	110,00 €	20,00 €	40,00 €
Télé7.fr	60,00 €	75,00 €		132,00 €	132,00 €	132,00 €	24,00 €	
Tiji.fr	50,00 €		30,00 €	110,00 €				40,00 €
VirginRadio.fr	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR News	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Sports	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Horoscope	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Emploi	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Annuaire	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR TV	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Jeux	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Guide	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Musique	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Météo	50,00 €		30,00 €					40,00 €
SFR Webmail	10,00 €							8,00 €
SFR RG	12,00 €							10,00 €

TARIFS PACK

	Pavé 300x250	Grand Angle 300x600	Multi-formats
Pack Femmes 25-49	52,00 €	70,20 €	
Pack Mamans	52,00 €	70,20 €	41,60 €
Pack Hommes CSP+	50,00 €	67,50 €	40,00 €
Pack High tech	45,00 €		40,00 €
Pack Sport	40,00 €	54,00 €	32,00 €
Pack Enfant	60,00 €		50,00 €
Pack Divertissement	45,00 €	60,75 €	
Pack TV	45,00 €	60,75 €	36,00 €
Pack Art de vivre	50,00 €	67,50 €	40,00 €

	Pavé 300x250	Multi-formats (pavé+MB)	Multi-formats (pavé+MB+sky)
Réseau	10,00 €	8,00 €	7,50 €

TARIFS SFR

HP SFR	Pavé 300x250	Grand Angle 300x600	Pavé + Flash	Habillage + Pavé	FULL EVENT
SFR Homepage forfait exclu jour	80 000,00 €	110 000,00 €	135 000,00 €	200 000,00 €	280 000,00 €

SFR WEBMAIL

Mono-format Pavé 1 critère de ciblage	13,00 €	Mono-format Pavé 2 critères de ciblage	15,00 €
Multi-formats (Pavé + Sky) 1 critère de ciblage	11,00 €	Multi-formats (Pavé + Sky) 2 critères de ciblage	13,00 €

TARIFS VIDEO

VIDÉOS	15"	20"	25"	30"
Vidéo Pre Roll	150,00 €	170,00 €	190,00 €	210,00 €

	Vidéo Pre Roll		
	20"	25"	30"
Gulli Replay tous devices Jan-Sept 2013	160,00 €	180,00 €	220,00 €
Gulli Replay tous devices Oct-Déc 2013	180,00 €	200,00 €	240,00 €

	Vidéo Pre Roll		
	20"	25"	30"
Jedessine.com	180,00 €	200,00 €	240,00 €

TARIFS MOBILE

APPLI	Bannière	Interstitial d'Ouverture
ELLE	15,00 €	22,00 €
PUBLIC	12,00 €	18,00 €
BE	15,00 €	22,00 €
PSYCHOLOGIE	15,00 €	22,00 €
PARENTS	15,00 €	22,00 €
ELLE ASTRO	12,00 €	18,00 €
BOURSIER	15,00 €	22,00 €
EUROPE 1 / JDD / MATCH	15,00 €	22,00 €
HACHETTE V&M	15,00 €	22,00 €
PREMIERE	15,00 €	22,00 €
VIRGIN	12,00 €	18,00 €
RFM	12,00 €	18,00 €
TELE 7	12,00 €	18,00 €
GULLI	15,00 €	22,00 €

TARIFS TABLETTES

APPLI	Bannière	Interstitial d'Ouverture	Interstitial de navigation
TELE 7	18,00 €	30,00 €	
PUBLIC	18,00 €	30,00 €	24,00 €
ELLE À TABLE	40,00 €	65,00 €	
GULLI	18,00 €	30,00 €	
EUROPE 1	18,00 €	30,00 €	

La société LAGARDÈRE PUBLICITÉ immatriculée au RCS B345 404 040 est la régie publicitaire de sites Internet, tablettes et applications mobiles. Elle sera ci-dessous dénommée «LP».

1- TARIFS

Les tarifs sont indiqués hors taxes et s'appliquent aux ordres en cours. Ils peuvent être modifiés à tout moment. Tout nouveau tarif sera applicable au plus tard dans les 15 jours suivant la date de communication, pour tous les ordres y compris ceux en cours.

2- ACCEPTATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Sauf convention expresse et constatée par un écrit émis ou contresigné par LP, toute réservation par une commande ou un ordre de publicité implique l'adhésion sans réserve aux présentes Conditions Générales de Vente.

Les présentes Conditions Générales de Vente prévalent sur tout autre document de l'acheteur et du vendeur et ne sauraient être modifiées par des stipulations contraires, figurant notamment sur les commandes, les ordres de publicité ou dans les Conditions Générales d'Achat.

Le fait que LP ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales de Vente ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

3- COMMANDES OU ORDRES DE PUBLICITÉ

3.1 / Confirmation de réservation

Les commandes ou ordres de publicité concernant LP sont reçus au :

10, rue Thierry Le Luron
92 300 Levallois Perret

Toute réservation doit être confirmée par la signature d'un bon de commande et le cachet de l'annonceur ou en son nom et pour son compte par son mandataire. Cette confirmation adressée par LP, devra parvenir avant la date limite de confirmation figurant sur ce dispositif.

L'omission de toute confirmation entraîne de plein droit la libre disponibilité pour LP de l'espace préalablement réservé qui pourra être affecté à tout autre annonceur.

Sont considérés comme annonceur, les entreprises enregistrées au Registre du Commerce, les associations, les administrations, les établissements publics et parapublics faisant de la publicité pour leurs marques, enseignes, services ou produits.

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 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 2013 par une même personne physique ou morale. Ces informations devront être signifiées par l'annonceur et sa société mère à LP par lettre recommandée avec avis de réception. 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. Ces conditions ne pourront en aucune manière être rétroactives. Est réputé être mandataire tout intermédiaire assurant une prestation complète de réservation d'espace, d'ordre d'achat, de gestion et de contrôle de la facturation qui intervient pour le compte et au nom d'un annonceur en vertu d'un contrat de mandat. Une attestation de mandat devra être fournie à LP.

3.2 / Annulation de campagne

Toute annulation, totale ou partielle, d'un ordre de publicité par l'annonceur ou son mandataire - obligatoirement par courrier ou fax - 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, LP facturera un dédit de 50% du montant net tarifaire annulé.
- À moins de 7 jours ouvrés de la date de démarrage prévue, LP facturera un dédit de 80% du montant net tarifaire annulé.

Si l'annonceur souhaite annuler une campagne qui a déjà démarré, LP se réserve le droit de facturer l'intégralité de la campagne telle que réservée. L'annonceur est tenu d'exécuter les engagements contractés par son mandataire et de transmettre une lettre accreditant son mandataire. L'ordre de publicité est personnel à l'annonceur et lié à un produit ou un service, une marque ou un nom commercial ou une enseigne. Il ne peut être modifié sans l'autorisation de LP et ne pourra, en aucune manière, faire l'objet d'une cession par l'annonceur ou le mandataire. En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai LP par lettre recommandée avec accusé de réception, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à LP à compter de la date de réception de la lettre recommandée avec accusé de réception l'en informant.

3.3 / Frais de décalage de campagne

- Jusqu'à 15 jours ouvrés avant date de diffusion : pas de frais.
- De 15 jours à 5 jours, avant la date de diffusion : facturation de 30% du montant de l'OI décalé.
- Moins de 5 jours avant la date de diffusion : facturation de 50% du montant de l'OI décalé.

**Par création livrée, nous entendons création respectant les spécificités techniques demandées.*

3.4 / Frais de retard de livraison des éléments

Les éléments de la création publicitaire devront être livrés dans les conditions précisées à l'article 7 ci-après.

Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée suite à un retard de livraison de création par le client. Tout retard de livraison des éléments libère la régie de l'engagement de livraison de volume sur la période contractuelle ; la régie facturera la totalité du volume réservé sur l'OI.

Pour les emplacements achetés en exclusivité ou à forte PDV, en cas de non respect du délai de livraison demandé,

- sur des formats de type IAB :

Une livraison de création* jusqu'à 24h avant la date de diffusion, entraîne une facturation d'une pénalité journalière de 300€. 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 acheté.

- sur des formats événementiels :

Une livraison de création* jusqu'à 5 jours ouvrés avant la date de diffusion entraîne une facturation d'une pénalité journalière de 300€.

À moins de 5 jours de la date de diffusion, entraîne une facturation de 80% du montant net acheté.

4- RÈGLES D'OPTION

Si une option a déjà été préemptée mais non confirmée par un annonceur et que le même dispositif est souhaité par un autre annonceur, l'option initiale doit être confirmée par OI signé dans les 48h faute de quoi le dispositif sera attribué au nouvel annonceur qui aura au préalable confirmé sa date et confirmé par OI signé sa demande.

Au-delà de 10 jours avant la date de mise en ligne les options ne sont plus valables et dans ce cas l'option reviendra à l'annonceur qui envoie le premier un OI signé.

5- FORMULATION DE LA PUBLICITÉ

Toutes les insertions publicitaires doivent être conformes à la législation et la réglementation en vigueur en France. L'annonceur déclare par ailleurs détenir l'intégralité des droits de propriété intellectuelle nécessaires à la diffusion de la création publicitaire laquelle ne peut en aucune manière porter atteinte aux droits des tiers.

La responsabilité de LP ne saurait en conséquence être engagée par les insertions publicitaires qui sont diffusées sur les sites sous la seule responsabilité de l'annonceur. A ce titre, l'annonceur garantit LP contre tout recours et indemnise LP de tous frais, charges et dépenses que LP aurait à supporter de ce fait en ce compris les honoraires et frais de conseils de LP.

LP se réserve le droit de refuser toute publicité qu'elle jugera contraire à la bonne tenue, à la bonne présentation ou à la ligne éditoriale. LP se réserve également le droit de refuser toute la publicité dont la provenance lui semblera douteuse ou qui serait contraire aux règles de sa profession, ainsi que toutes celles susceptibles de porter atteinte à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou de heurter les convictions morales, religieuses, culturelles et politiques des internautes.

6- INSERTION DE TAGS AU SEIN DES CREATIONS PUBLICITAIRES

6.1 L'annonceur est tenu d'informer LP et d'obtenir son consentement exprès préalable avant toute insertion de tags dans les créations publicitaires qu'il remet à LP visant à recueillir les données de connexion des internautes.

6.2 En cas d'accord, l'annonceur s'engage à ne collecter que les données de connexion des internautes à l'exclusion de toutes données personnelles au sens de la définition donnée par la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dite « Loi Informatiques et Libertés », en ce compris toutes données dites « sensibles » telles que les données relatives aux origines raciales ou ethniques, aux opinions politiques, philosophiques ou religieuses, à l'appartenance syndicale, la santé ou l'orientation sexuelle des personnes.

L'annonceur sera tenu de respecter la réglementation prévue par la Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dite « Loi Informatiques et Libertés » applicable en la matière et en particulier d'assurer la sécurité et la confidentialité des données collectées. L'annonceur assumera toutes les conséquences directes ou indirectes pouvant découler du non-respect de ces dispositions sans que la responsabilité de LP ne puisse être recherchée.

LP pourra mettre en place toute mesure nécessaire afin d'empêcher l'intégration des tags dans les créations publicitaires destinées à figurer sur les sites qu'elle détient en régie, notamment :

- En cas de manquement de l'annonceur à ses obligations relatives à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dite « Loi Informatiques et Libertés » ;
- En cas de dysfonctionnement technique lié à l'intégration desdits tags mettant en péril la sécurité des sites concernés.

En outre, LP pourra obtenir à tout moment de l'annonceur qu'il modifie ou désactive des tags insérés dans les créations publicitaires.

6.3 L'annonceur sera tenu de fournir à LP un outil de tracking permettant à LP d'accéder aux données collectées au moyen des tags insérés dans les créations publicitaires. L'annonceur sera responsable du bon fonctionnement de cet outil de tracking et s'engage notamment à remédier dans les plus brefs délais à tout dysfonctionnement qui lui serait notifié par LP.

Il est expressément convenu que les données collectées au moyen de ces tags n'ont qu'un caractère informatif, seules les statistiques de diffusion des campagnes fournies par LP faisant foi entre les Parties.

7- RÉALISATION MATÉRIELLE, CONDITIONS ET CERTIFICAT DE DIFFUSION

Les publicités seront adressées à LP selon les modalités suivantes :

- Remise dans un délai de 2 jours ouvrables minimum avant la date de diffusion de la campagne publicitaire 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 campagne.

Le (ou les) outil(s) de diffusion (adserver) de LP font foi dans le calcul de la volumétrie diffusée par campagne.

8- CONDITIONS DE PAIEMENT FACTURATION

8.1 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 ou de sponsoring étant à la charge de l'annonceur.

Les factures sont payables par chèque, par virement bancaire ou par traite à 45 jours fin de mois. Tous les règlements sont effectués à l'ordre de :

LP - Service ADV
23, rue Baudin TSA 22001
92 538 Levallois Cedex

8.2 Les factures et avoirs sont établis au moins mensuellement par la Régie au nom de l'annonceur, avec un exemplaire conforme à l'original à l'adresse du mandataire expressément habilité pour le règlement, conformément à la confirmation de mandat. L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement des ordres et reste redevable du règlement à défaut de paiement du mandataire qu'il aurait désigné.

Le paiement ou l'avance effectués 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, il ne pourra revenir sur son paiement au cas où l'annonceur ne l'aurait finalement pas payé lui-même.

8.3 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, non retour des traites, incident ou retard de paiement justifie que la Régie modifie, du moins provisoirement, les conditions de paiement de l'annonceur.

8.4 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.

8.5 Aucune réclamation concernant la facturation ne sera admise, si elle n'a pas été effectuée par Lettre Recommandée avec Accusé de Réception à LP à l'attention de :

L'ADMINISTRATION DES VENTES
23, rue Baudin TSA 22001
92 538 Levallois Cedex

- dans les 15 jours suivant la date de réception de la facture. En cas de litige ou d'attente - d'avoir, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.

Tout paiement sous forme d'échange publicitaire en contrepartie de marchandises, d'espace ou de services ne donne pas lieu à l'application des présentes conditions commerciales et fera l'objet d'un contrat écrit qui prévoira notamment les conditions de paiement.

9- RETARD DE PAIEMENT ET INTÉRÊTS DE RETARD

9.1 Le défaut de paiement à l'échéance entraîne l'exigibilité de l'ensemble des factures émises, celles non échues ainsi que les sommes dues au titre des ordres exécutés en cours de facturation et des ordres en cours de diffusion. L'exécution des ordres en cours pourra être suspendue.

De même tout défaut de paiement à l'échéance entraînera déchéance du terme, pour les paiements que la Régie aurait pu accorder à un annonceur ou son mandataire.

Pour tout annonceur qui ne respecte pas ses engagements d'investissement, il sera établi une facture rectificative. Cette facture reprendra les factures préalablement émises et tiendra compte de la remise effectivement due en fonction de l'application des présentes conditions commerciales en vigueur au jour de la diffusion. La somme due, résultant de la différence, sera majorée d'une indemnité pour remises injustifiées correspondant à un taux d'intérêt annuel de 11%. Elle sera exigible dès réception.

9.2 Des pénalités de retard seront exigibles de plein droit auprès de l'annonceur le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture, sans qu'un rappel soit nécessaire, conformément aux dispositions du Code de Commerce, selon un taux d'intérêt annuel de 11%.

Frais de recouvrement :

Conformément à l'art L 441-6 du code de commerce, il sera réclamé à compter du lendemain de la date d'échéance et de plein droit une indemnité de 40 € au titre des frais de recouvrement ; il pourra être réclamé une indemnité complémentaire sur justification.

10- CLAUSE PÉNALE

Si la carence de l'annonceur rend nécessaire un recouvrement contentieux ou judiciaire, le client 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 T.T.C. de la créance, et ce, à titre de dommages et intérêts conventionnels et forfaitaires.

11- LITIGES ET CLAUSE D'ATTRIBUTION DE JURIDICTION

11.1 Dans le cas d'un événement revêtant les caractéristiques de la force majeure, y compris grève, catastrophe naturelle, rendant impossible la diffusion du message, la responsabilité de la Régie et/ou des éditeurs ne pourra être recherchée.

11.2 Le fait que la Régie ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales de Ventes ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

11.3 Tout différend découlant de la validité, l'interprétation comme de l'exécution des présentes conditions générales de vente, 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.

Alix Pandrea et son équipe

01 41 34 91 81

alix.pandrea@lagardere-pub.com