



DIGITAL

CGU 2012

ÉDITO

Par **Alix Pandrea**, *Directeur Général Adjoint Internet, Mobile et Tablette*

L'univers des médias est en mutation profonde et accélérée, la transformation numérique de nos métiers est en cours. C'est dans ce contexte que Lagardère Publicité continuera de s'inscrire pour la nouvelle année 2012 avec toujours ce souci d'accompagner les clients dans cette révolution numérique.

De nouveaux usages liés au nouveau paysage des médias redéfinissent chaque année les enjeux de la communication publicitaire digitale : 39 M d'internautes*, 11,4 de mobinautes**, 1 000 000 de possesseurs de tablette en 2011***.

Lagardère Publicité Digital, c'est actuellement la garantie de la puissance sur l'ensemble des cibles clés du marché. Notre offre digitale constituée de 70 sites (dont 30 sites premium), 20 applications Smartphones et 5 applications tablette offre un point d'accès à plus de la moitié de la population connectée.

Cet engagement de puissance s'accompagne de nouveaux leviers d'expression digitale toujours plus émergents et optimisés : nouvelles expériences de consommation (catch up radio / TV, vidéo instream), nouveaux formats créatifs impactants, nouvelles expériences de marque (brand content, contenus UGC...).

Notre enjeu pour 2012 est de mettre l'innovation au cœur de notre démarche. La qualité de nos contenus éditoriaux mixée à la puissance de nos sites nous permettra en cette année 2012 d'accompagner toujours plus nos clients dans la création de contenus éditoriaux spécifiques touchant un large public. La convergence des usages nous permet de penser de plus en plus à des dispositifs sur mesure déclinés sur nos trois canaux numériques, internet, Smartphone et tablette et de jouer sur le pouvoir amplificateur de nos marques multicanales ».

L'ensemble du département digital de Lagardère Publicité vous souhaite une excellente année 2012.

Alix Pandrea

Nos CGV sont disponibles
et téléchargeables sur notre site :

www.lagardere-pub.com

* MEDIAMETRIE, Observatoire des usages Internet, Avril-Juin 2011**Observatoire de l'internet mobile *** Estimations à partir de données marché + Deloitte déc 2010, « le marché des tablettes numériques »

SOMMAIRE

LA STRATÉGIE DIGITALE DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ 04

A > UNE PRÉSENCE SUR TOUS LES ÉCRANS DIGITAUX	05
B > DES POSSIBILITÉS DE BRAND-CONTENT MULTIPLATEFORME	09
C > LES ÉTUDES	10

UNE PRÉSENCE SUR TOUS LES UNIVERS THÉMATIQUES 11

A > LA PUISSANCE VIA LE PORTAIL SFR	14
B > LES FEMMES	15
C > LES MAMANS	17
D > LES HOMMES CSP+	19
E > LES ENFANTS	22
F > LE DIVERTISSEMENT	26
G > RETROUVER TOUS NOS UNIVERS VIA LES PACKS	28

LES POSSIBILITÉS DE COMMUNICATION CHEZ LAGARDÈRE PUBLICITÉ 32

A > BRANDING	33
1 - FORMATS CLASSIQUES ET ÉMERGENTS	34
2 - OPÉRATIONS SPÉCIALES / BRAND CONTENT	41
3 - VIDÉO / CATCHUP	48
B > PERFORMANCE//RÉSEAU	51

LES CONDITIONS COMMERCIALES / TARIFS / CGV 56

A > LES CONDITIONS COMMERCIALES	57
B > TARIFS	60
C > CGV	63

LA STRATÉGIE DIGITALE DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ

LA STRATÉGIE DIGITALE DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ

A - LAGARDÈRE PUBLICITÉ, UNE PRÉSENCE FORTE SUR TOUS LES ÉCRANS DIGITAUX



INTERNET

19 973 000 VU
SOIT 48,5%
DE LA POPULATION INTERNAUTE

RÉGIE MÉDIA

Des marques fortes
 légitimes sur le **ONLINE**
 avec une véritable identité numérique



RÉGIE PURE PLAYER

Des sites **PURE PLAYERS**
 sur des thématiques fortes du groupe



RÉGIE RÉSEAU

Des sites **MÉDIAS** et **PURE PLAYER**
 pour agréger puissance et contenus

+70 sites en régie
 dont **30 marques** fortes
 et un réseau global dédié
 à la performance
 de **+10 000 sites**



Source : MÉDIAMÉTRIE Netratings, tous lieux de connexion, Octobre 2011

MOBILE

Une déclinaison d'applications mobile issues de marques fortes

1 899 000
VISITEURS DÉDUPLIQUÉS

Une offre publicitaire **large et diversifiée** qui répond à **tous les types de communication** :



Plus de **20 applications Mobile**
lancées en 24 mois
16 508 000 connexions
58 841 000 pages avec publicités par mois



Source : MEDIAMETRIE Netratings, tous lieux de connexion octobre 2011

TABLETTE



+ 1 300 000 VISITES*

5 applications



* Source AT Internet (hors Public), Octobre 2011

B - DES POSSIBILITÉS DE BRAND-CONTENT MULTIPLATEFORME

LA CRÉATION DE CONTENUS : DANS LES GÈNES DU GROUPE LAGARDÈRE...

COMMUNIQUER CHEZ LAGARDÈRE PUBLICITÉ, C'EST :

La garantie d'un accès à des contenus exclusifs et de qualité

Des équipes de journalistes dédiés sur tous nos sites

De la production de plateformes et de contenus de marque

Un service CROSS MEDIA : le 360° sur mesure



UNE SEULE DIRECTION POUR TOUTES LES ÉTUDES PLURIMÉDIA

DES POSSIBILITÉS D'ÉTUDES MULTIPLES, FLEXIBLES ET PERSONNALISABLES VIA LE PANEL LAGARDÈRE PUBLICITÉ :

15 000 **panélistes** renseignés en fonction de leur consommation média.

Possibilité d'élaborer un questionnaire adapté à l'annonceur **en fonction de son objectif** : veille, tendances, comportement, pré-test de campagne, image de marque...

L'Omnibus, un outil qui permet de répondre très rapidement à n'importe laquelle de vos questions : ouverte/fermée, comportement, intention d'achat, image de marque.

Possibilité de suivre dans le temps des indicateurs clés : notoriété de marque, image de marque, intention d'achat, renseignement, attribution....
Un omnibus par mois.

Des solutions adaptées à toutes les temporalités : **réactivité et flexibilité.**

DES POSSIBILITÉS DE PILOTAGE D'ÉTUDES AVEC DES INSTITUTS PARTENAIRES :

Post-test

Bilan d'exposition

Impact sur les ventes...



UNE PRÉSENCE SUR TOUS
LES UNIVERS THÉMATIQUES

2011/2012

NOS SUPPORTS & CONTENUS



PUISSANCE



**FEMMES
25-49 ANS**



MAMANS



**HOMMES
CSP+**



ENFANTS



DIVERTISSEMENT





A - LA PUISSANCE VIA LE PORTAIL SFR

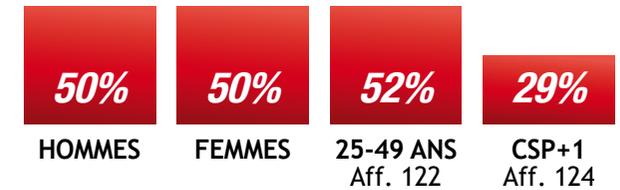
INTERNET



UN VÉRITABLE
CARREFOUR D'AUDIENCE

11.9 MILLIONS de visiteurs uniques

Un profil équilibré et qualifié



Une homepage

5 560 000 visiteurs uniques/mois

1 213 000 visiteurs uniques/jour

NOUVELLE HOMEPAGE DEPUIS MAI 2011

Des rubriques Premium

Intégration de sites Premium



Apport de contenus de sites Premium



Possibilité d'événementialiser les formats sur la Homepage

Un webmail

4 329 000 Visiteurs uniques/mois

Source : MEDIAMETRIE Netratings, Tous lieux de connexion Octobre 2011*Données adserver



FEMMES
25-49 ANS

B - LES FEMMES

INTERNET

NOS MARQUES FORTES

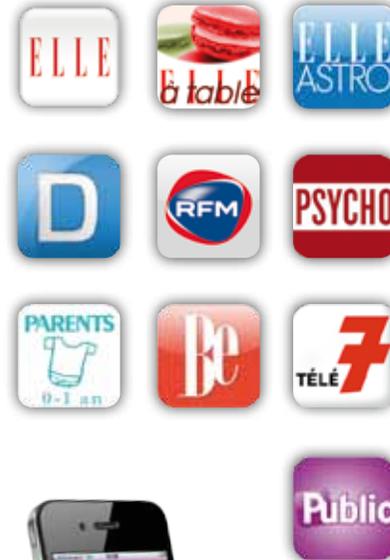
ELLE.fr

Doctissimo

Public



MOBILE



TABLETTE





FEMMES
25-49 ANS

INTERNET

NOUVEAU

ELLE.fr

Une nouvelle maquette, une chaîne vidéo et des vidéos depuis septembre 2011



PLAYER VIDÉO **200 000 VIDÉOS/MOIS**
AUDIENCE (1) **2 251 000 VISITEURS UNIQUES**
FEMMES 25-49 ANS (39% – IND. 179)

Sources : (1) MEDIAMETRIE // NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011

Public

Toujours plus de People et de Mode depuis février 2011

AUDIENCE (1) **1 565 000 VISITEURS UNIQUES**
FEMMES 25-49 ANS (36% – IND. 162)

Public.fr, le site officiel du magazine Public :
L'ACTU 100% PEOPLE ! NEWS, PHOTOS ET VIDÉOS people à suivre et commentées 24h/24





C - LES MAMANS

INTERNET

NOS MARQUES FORTES

Infobébés.com Avec **PARENTS.fr**

Doctissimo Grossesse et Bébé



MOBILE



TABLETTE





INTERNET

Infobébés.com Avec **PARENTS.fr**

NOUVEAU

Une nouvelle maquette en 2011 !

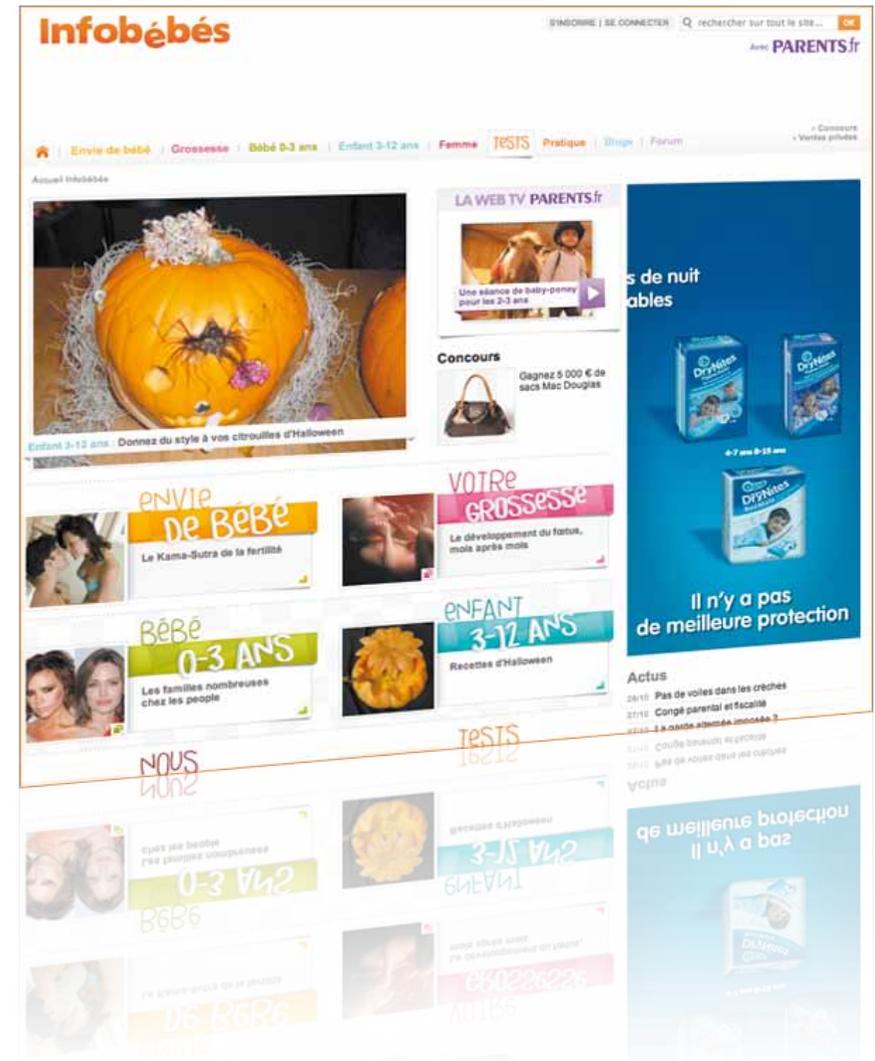
INFOBEBES.com, **acteur majeur** de l'univers numérique féminin, se rapproche de PARENTS, **magazine leader** de la presse parentale, pour offrir à ses internautes un **contenu enrichi et de nouveaux outils communautaires**.
Nouvelle maquette !

PRATIQUE, CONVIVIAL, EXPERT

- Une équipe de **7 JOURNALISTES** dédiée au site
- **1 travail conjoint** avec les rédactions des 2 magazines
- 1 community manager
- **Flux de news**
- 1 fond documentaire de plus de **26 000 ARTICLES**

AUDIENCE (1) **978 000** VISITEURS UNIQUES
CŒUR DE CIBLE **FEMMES 25-34 ANS**
AVEC ENFANTS (16% – IND. 438)

Sources : (1) MEDIAMETRIE // NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011





D - LES HOMMES CSP+

INTERNET NOS MARQUES FORTES

BOURSIER.COM

MOBILE

TABLETTE





INTERNET

NOUVEAU

Europe 1

leJDD.fr

PARIS MATCH .com

le Lab

3 Marques News fortes réunies dans :
1 BOUQUET NEWS, nouvel acteur dans l'univers News

3 sites qui se rejoignent pour traiter de toutes les infos sur des angles complémentaires

3 rédactions (36 journalistes) qui travaillent ensemble autour d'1 rédacteur en chef

Europe 1

L'info en direct

leJDD.fr

L'info sous l'angle de la politique et des médias

PARIS MATCH .com

L'actu sous l'angle de l'émotion et de la photo



AUDIENCE (1) **3 218 000** VISITEURS UNIQUES
CŒUR DE CIBLE (3) **HOMMES CSP+** (26% – IND. 174)

Sources : (1) MEDIAMETRIE / NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011



HOMMES
CSP+

INTERNET

BOURSIER.COM

Une maquette qui a changé en 2011

NOUVEAU

Un site référent

L'information boursière scannée en **profondeur** :

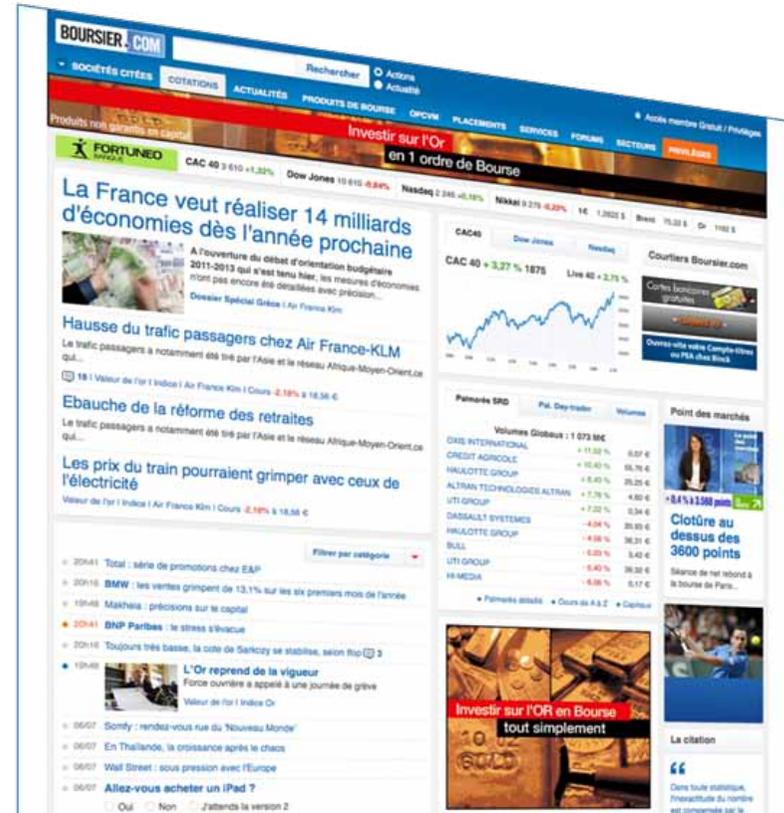
- Une équipe de rédaction de **15 journalistes** spécialistes dirigée par **Didier Hameau**
- Un contenu **reconnu et partagé** (lemonde.fr...)

Un site réactif

Des outils pointus pour suivre la bourse en **direct** :

- Plus de **200 articles** par jour (6h00-00h00)
- Des **points marché** en vidéos au day-trader
- Les cotations **Euronext** de 8h à 22h

- Une **nouvelle maquette plus claire**
- Un **accès simplifié à l'information**
- Une **ouverture éditoriale**



AUDIENCE (1) **1 362 000** VISITEURS UNIQUES
CŒUR DE CIBLE (3) **HOMMES CSP+** (31% – IND. 207)

Sources : (1) MEDIAMETRIE // NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011



E - LES ENFANTS

INTERNET

NOS MARQUES FORTES



MOBILE



TABLETTE





INTERNET



entièrement dédiée à la famille !

Sur GulliReplay.fr :

Retrouvez **le meilleur des programmes de Gulli** en intégralité gratuitement et **à volonté** en vidéo !
Séries, dessins animés, documentaires, émissions, le meilleur y est !

Sur sa **télévision**,
sa box et son **ordinateur** !



PLAYER VIDÉO **1 300 000 VIDÉOS/MOIS**
IPTV **4 000 000 VIDÉOS/MOIS**

Sources : (1) MEDIAMETRIE // NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011



INTERNET

NOUVEAU



Outil de **DÉCOUVERTE**, d'**APPRENTISSAGE**,
et d'**APPROFONDISSEMENT** des connaissances

Un site dédié aux **6-12 ans**

Un univers **multimedia** de **découverte** et d'**échanges**

- les dictionnaires et conjugueur des blogs
- des forums entièrement modérés pour échanger

Un site **riche et vivant** où se retrouve tout l'esprit Gulli :

- des images, des jeux, des vidéos et plein d'info sur les Héros préférés des enfants
- un espace réservé où les parents peuvent dialoguer autour de thèmes liés à l'enfance



AUDIENCE (1) **741 000** VISITEURS UNIQUES

Sources : (1) MEDIAMÉTRIE // NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011



NOUVEAU



L'OFFRE 5 ÉCRANS GULLI

5 ÉCRANS



TÉLÉVISION



INTERNET



IPTV



TABLETTE



MOBILE

TOUS LES FORMATS

CLASSIQUE

Pré Roll, Habillage Total look, bannière, pavé...

OPÉRATIONS SPÉCIALES

Sponsoring de programmes, mécaniques participatives, création de programmes courts, brand content...

93% VOIR, 88% REVOIR

DE NOUVEAUX BÉNÉFICES

Toucher les enfants au cœur
de leur nouvelle consommation media

Multiplier les contacts par le multicanal / multi-écrans.

Créer des dispositifs publicitaires innovants

Créer une expérience multimédia et générer
du Buzz autour de votre marque.



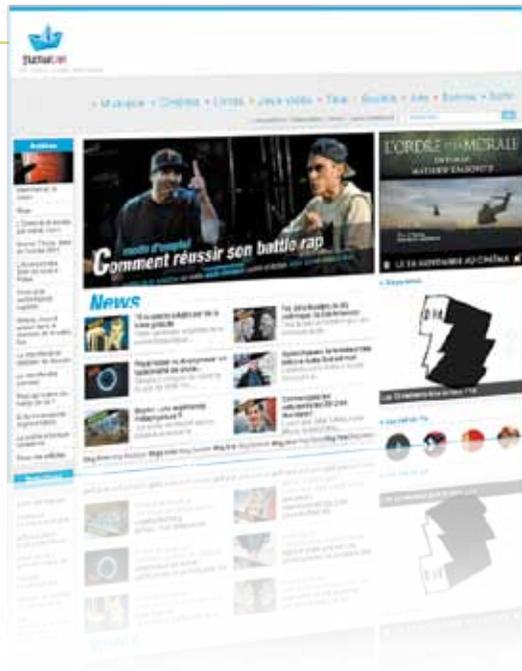
F - LE DIVERTISSEMENT

INTERNET

NOS MARQUES FORTES

PREMIERE.FR

ados.fr



MOBILE



TABLETTE





INTERNET

PREMIERE.FR

des **NEWS EN TEMPS RÉEL**, traitées sous **TOUS LES POINTS DE VUE** : des critiques expertes aux actus people

NOUVEAU

Une nouvelle maquette prévue en 2012 !

25 journalistes

Des experts sur chaque thématique

110 news par jour sur toutes les thématiques :

Cinéma, Télé, Séries, TV-Replay, DVD / VOD, jeux Vidéos, Spectacles, People, Musique

À venir : la refonte du site !

Des partenariats avec des pureplayers de référence :

TV-replay Le site de la catch-up TV, un accès simple et unique vers l'ensemble des programmes disponibles sur les sites internet des chaînes de télévision.

musicstory Redécouvrez la musique. **Toute l'actu musicale**, des dossiers, des photos, une véritable source d'informations !



AUDIENCE ⁽¹⁾ **3 990 000** VISITEURS UNIQUES
CŒUR DE CIBLE ⁽³⁾ **15-34 ANS** (29% – IND. 102)

Sources : (1) MEDIAMETRIE / NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011



**FEMMES
25-49 ANS**

G - RETROUVER TOUS NOS UNIVERS VIA LES PACKS

INTERNET

PACK FEMMES

PACK MAMANS

AUDIENCE ⁽¹⁾ **11 100 000** VISITEURS UNIQUES
 DONT **3 700 000** DE FEMMES 25-49 ANS (34% – IND. 154)
41% DE COUVERTURE SUR CIBLE FEMMES 25-49 ANS

AUDIENCE ⁽¹⁾ **2 700 000** VISITEURS UNIQUES
 DONT **21%** DE FEMMES 25-49 ANS AVEC ENFANTS (IND. 231)
15% DE COUVERTURE SUR CIBLE FEMMES 25-49 ANS AVEC ENFANTS

Sources : (1) MÉDIAMÉTRIE // NetRatings, Tous Lieux de Connexion, Octobre 2011



**HOMMES
CSP+**

INTERNET

PACK HOMMES CSP+



PACK HIGH TECH



AUDIENCE ⁽¹⁾ **5 400 000** VISITEURS UNIQUES
 DONT **24%** D'HOMMES CSP+ (IND. 162)
 SOIT **21%** DE COUVERTURE SUR CIBLE HOMMES CSP+

AUDIENCE ⁽¹⁾ **2 100 000** VISITEURS UNIQUES
 DONT **60%** DE 25-49 ANS (IND. 140)
 SOIT **13,2%** DE COUVERTURE SUR CIBLE HOMMES CSP+ (IND. 258)

Sources : Médiamétrie // NetRatings, Tous Lieux de Connexion, octobre 2011



INTERNET

PACK 15-34 ANS

PREMIERE.FR



fluctuat.net



TV-replay

ados.fr

SFR music

SFR JEUX VIDÉO

mcm

PACK ENFANTS



AUDIENCE ⁽¹⁾ **5 900 000** VISITEURS UNIQUES
 DONT **32%** DE 15-34 ANS (IND. 111)
 SOIT **16%** DE COUVERTURE SUR CIBLE 15-34 ANS

AUDIENCE ⁽¹⁾ **828 000** VISITEURS UNIQUES

Sources : Médiamétrie // NetRatings, Tous Lieux de Connexion, octobre 2011

MOBILE

PACKS

Mixer puissance et affinité en fonction de vos cibles clés



PACK FEMMES

Visiteurs uniques ⁽¹⁾ :
560 565

Visites ⁽¹⁾ :
6 132 000

Pages avec Publicité ⁽²⁾ :
27 481 000

PACK HOMMES

Visiteurs uniques ⁽¹⁾ :
1 198 000

Visites ⁽¹⁾ :
9 037 000

Pages avec Publicité ⁽²⁾ :
27 986 000

PACK CSP+

Visiteurs uniques ⁽¹⁾ :
213 000

Visites ⁽¹⁾ :
2 705 000

Pages avec Publicité ⁽²⁾ :
7 535 000

Sources : Médiamétrie // NetRatings, Tous Lieux de Connexion, octobre 2011. (1) AT Internet octobre 2011, (2) AdDecisive octobre 2011.

LES POSSIBILITÉS
DE COMMUNICATION
CHEZ LAGARDÈRE PUBLICITÉ

LES POSSIBILITÉS DE COMMUNICATION CHEZ LAGARDÈRE PUBLICITÉ

A - COMMUNIQUER CHEZ LAGARDÈRE PUBLICITÉ : L'ENSEMBLE DES POSSIBILITÉS

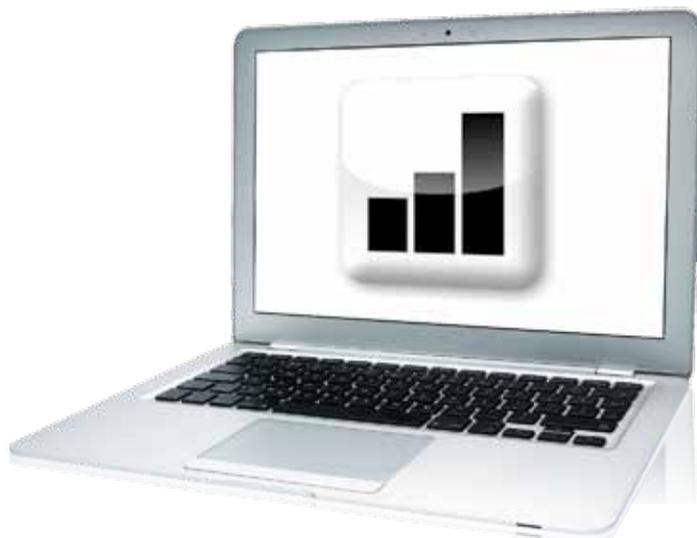
BRANDING

- CLASSIQUE ET FORMATS ÉMERGENTS
- OPÉRATIONS SPÉCIALES / BRAND CONTENT
- VIDÉO / CATCH UP / AUDIO



PERFORMANCE

- RÉSEAU





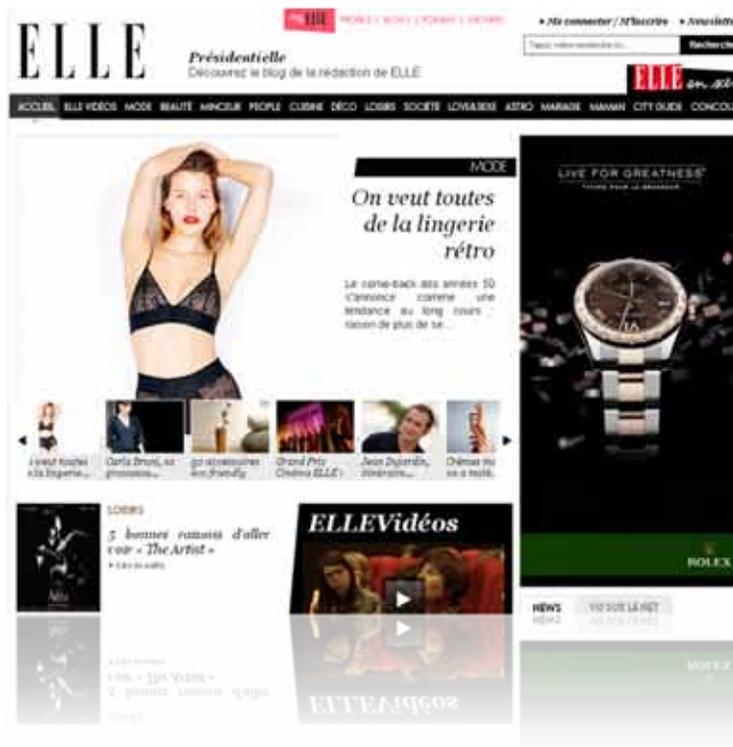
INTERNET

Classique et formats émergents

Grand Angle

Grand Angle

Habillage





INTERNET

Classique et formats émergents

Footer expand vidéo

Launch unit

La démolition Page





MOBILE

Classique et formats émergents

L'interstitiel et la bannière **cliquable**

Tous les formats HTML5 (bannière, interstitiel vidéo...)

L'interstitiel
plein-écran
& cliquable

La bannière
en pied d'écran
& cliquable

Avec renvoi
vers l'appStore

La bannière
en pied d'écran & cliquable

Durée de la bannière
paramétrable
(10 secondes)





TABLETTE

Classique et formats émergents

L'interstitiel **cliquable** en ouverture d'application

La bannière **cliquable**

Des formats proches du web

Format portrait

Format paysage



► Renvoi vers la Landing Page / L'appStore :
 1) au sein de l'application
 2) en-dehors de l'application



TABLETTE

Classique et formats émergents

Des espaces publicitaires **basés sur un visuel pleine page enrichi d'interactions**

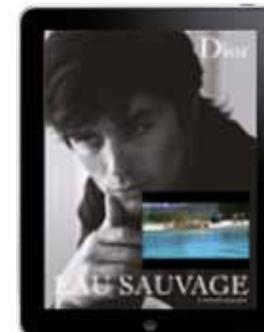
Visuel pleine page



Audio



Vidéo



Grattage

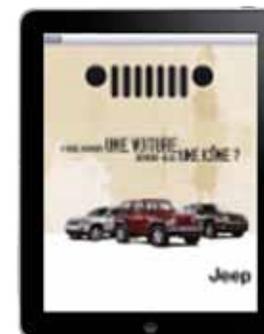


Flip



Diaporama

Page interactive HTML5





INTERNET

Les offres sur-mesure

ELLE.fr

Doctissimo

PSYCHOLOGIES.COM

OFFRE DE BOUQUET GATEFOLD

Gatefold

- Une opération exceptionnelle en habillage exclusif sur les 3 Home Pages : ELLE.fr, Doctissimo.fr et Psychologies.com

(Journée à définir sur la période de campagne sur chacun des sites)

- Création réalisée par chaque site

Mini gatefold

- 15 jours de campagne
- Un format exclusif, impactant et très qualitatif : le Mini Gatefold
- Un capping à 2
- 3 600 000 impressions

► **53 K€ NET**



9 352 000 VISITEURS UNIQUES
13,4% DE COUVERTURE SUR LES **FEMMES**
25-49 ANS

Source : MEDIAMETRIE Netratings, Octobre 2011, Audience dédoublée



INTERNET

Les offres sur-mesure



OFFRE DE BOUQUET NEWS

- 1 **habillage** sur les 3 sites s/ 1 journée
- 1 000 000 de **launch units** cappé à 2 s/ 15 jours
- 3 100 000 de **pavés** s/ 15 jours

► **36 K€ NET**

AUDIENCE ⁽¹⁾ **3 072 000** VISITEURS UNIQUES
8,2% DE COUVERTURE SUR LES HOMMES CSP+
 (26% – IND. 174)

Des formats impactants

Habillage

Launch Unit



Source MEDIAMETRIE Netratings, octobre 2011, Audience dédoublée



Orange - Festival de Cannes

OBJECTIF

Orange prend la parole sur Internet autour du **festival de Cannes** et communiquer sur l'avantage Cineday d'Orange.

DISPOSITIF

Sponsoring exclusif du dossier spécial Cannes sur Premiere.fr, sous la forme **d'une sous-rubrique**. Différents **contenus éditoriaux** créés pour l'occasion.

LES + ÉDITORIAUX À 360°

Présence sur le **magazine** Première : Sommaire, rédactionnel et sponsoring de rubrique.
Présence **terrain** avec location d'un corner au Majestic.
Médiatisation co-brandée sur le **mobile**.



Dossier Spécial Festival de Cannes sur Premiere.fr



Médiatisation via des formats premiums (interstitiel, habillage, ...) et via des formats éditoriaux

Sources : (1) MEDIAMETRIE // NetRatings, tous lieux de connexion, octobre 2011

CAS DE CAMPAGNE

Opérations Spéciales / Brand Content

IBM

Europe 1

IBM - Cloud

OBJECTIF

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 1000 salariés.

DISPOSITIF

Création d'un **dispositif transmédia** pour **éditorialiser** le cloud par nos équipes et déploiement des contenus pilotés **par nos journalistes experts**. La synergie de contenu a été déployée sur le **Bouquet News**, avec une **plateforme online dédiée** intégrée à Europe1.fr.

LES + ÉDITORIAUX À 360°

Des relais offline sur la radio Europe 1 et sur le Journal du Dimanche, marques en forte **affinité avec la cible d'IBM**.

Une plateforme 100% éditoriale dédiée « les Clés du Cloud » *intégrée à Europe1.fr*, avec des vidéos hebdomadaires d'interviews de personnalités.
Des articles créés par la rédaction, un lexique et les remontées twitter autour du sujet.





CAS DE CAMPAGNE

Opérations Spéciales / Brand Content



IBM - Cloud

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

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

LES + ÉDITORIAUX À 360°



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

Sponsoring inédit de l'émission des Clics et des Claques



Le Journal du Dimanche

L'heure du « cloud » ?

Infomatique La technologie offre-t-elle de réels progrès aux entreprises ?

Chloé Lemaire

Cloud computing ? Des mots barbares de jargon, qui signifient tout et rien à la fois. Pourtant, à l'heure de la révolution numérique, il s'agit de définir les termes de l'application. Le cloud computing est-il un mode de travail professionnel ? Ou bien un simple outil de travail ?

Les avantages du cloud computing

Le cloud computing est un mode de travail qui permet de travailler en ligne. Les données sont stockées sur des serveurs distants, accessibles à tout moment et n'importe où. Cela permet de travailler plus facilement et plus rapidement.

Les inconvénients du cloud computing

Le cloud computing présente également des inconvénients. Les données sont stockées sur des serveurs distants, ce qui peut entraîner des problèmes de sécurité et de confidentialité. De plus, les coûts peuvent être élevés.

Conclusion

Le cloud computing est un mode de travail qui présente à la fois des avantages et des inconvénients. Il est important de bien évaluer les besoins de votre entreprise avant de passer au cloud computing.



- Médiatisation via un grand-angle, des vignettes, un habillage, des pavés NL et envoi d'un emailing.





ELECTROLUX - Art home

OBJECTIF

Médiatiser de façon émergente **la web série culinaire** produite par Electrolux.
Communiquer sur le **concept Art Home** et son espace au **Palais de Tokyo**.

DISPOSITIF

Mise en place d'un partenariat 360 avec la marque ELLE à Table et ELLE (web, presse, iPhone).

Création d'un mini-site co-brandé Elle à Table.
Mise en place d'un Jeu concours participatif et interactif.

Mini site co-brandé Elle à Table





ELECTROLUX - Art home

Médiatisation via le PRINT et le MOBILE
(publiredactionnel, interstitiel - landing page,...).





MILUMEL - Espace dédié fil rouge

OBJECTIF

Milumel en fil rouge autour de l'univers de la diversification pour communiquer sur sa nouvelle gamme de lait auprès des mamans.

DISPOSITIF

- Création d'une sous-rubrique éditoriale autour de la diversification, sponsorisée exclusivement par Milumel.
- Mise en avant d'articles et de divers modules avec une mise à jour régulière.
- Un espace dédié Milumel au sein du dossier avec mise en avant de la gamme, de la vidéo et des bienfaits du lait.

SUPPORT

Infobébés.com

Création d'une sous-rubrique dédiée « Bien nourrir son bébé » avec des articles mis à jour tout au long de l'année, un forum dédié, des idées de recettes, un vrai-faux...



Médiatisation via des vignettes éditoriales, des formats impactants (6 habillages, des interstitiels), des pavés en newsletters et la présence en sommaire de la rubrique Nutrition.





Hasbro

OBJECTIF

Créer une véritable interaction entre la marque Hasbro et Gulli.fr, auprès des enfants de 7 ans et +.

DISPOSITIF

Création d'un univers dédié à la marque où les enfants ont pu jouer à 3 jeux phares de la marque :

- Puissance 4
- Docteur Maboul
- Qui est-ce ?



Univers Hasbro : avec une véritable plateforme de plusieurs jeux au sein d'un espace dédié



Médiatisation via des formats classiques et événementiels



INTERNET

LES PACKS VIDÉO

Mixez puissance et affinité en fonction de votre cible

Diffusez vos spots sur un nombre limité de sites éditoriaux aux contenus premium

COMMUNIQUEZ SUR LES PACKS VIDÉOS DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ

PACK VIDÉO FEMMES

2 700 000 VIDÉOS VUES

PREMIERE.FR
hors diaporamas

Public

ELLE.fr



CyberCartes

PACK VIDÉO DIVERTISSEMENT

2 000 000 VIDÉOS VUES

Public

PREMIERE.FR
hors diaporamas

PACK VIDÉO HOMMES

1 500 000 VIDÉOS VUES

Europe 1

PARIS
MATCH
.com

leJDD.fr

Source interne: Addecisive octobre 2011



INTERNET

Catch up Audio

Les podcasts **Europe 1**

+ 90 émissions à écouter et réécouter via les podcasts

Europe 1 station la plus podcastée de France avec 4 902 117* téléchargements

La possibilité de sponsoriser les émissions en podcast (billboard audio)



*Source MEDIAMETRIE, Catch Up Radio, octobre 2011

Les webradios : communiquer en alliant le son et l'image



Nouveautés, Club, Pop Rock, Be et Scène Française



RFM Collector, Le meilleur des nouveautés, RFM Night Fever, New Wave 80





TABLETTE MOBILE

Catch up Vidéo et Audio

Ecouter les émissions en différé d' **Europe 1** sur votre mobile



sur la tablette et le mobile



Les bandes annonces de **PREMIERE.FR** sur le mobile

L'actualité People dans **Public** sur votre mobile et la tablette



INTERNET

L'OFFRE LAGARDÈRE PERFORMANCE, C'EST...

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

PLUS DE 70 SITES pour toucher **PRÈS D'1 INTERNAUTE SUR 2**

20 MILLIONS de Visiteurs Uniques
MIXTE (52% Femmes/48% Hommes)
QUALIFIÉ (28% CSP+) **AFF.121**

UN RÉSEAU IMPORTANT et **QUALIFIÉ**

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



@ UN CPC minimum de **0,35€**

Source : MEDIAMETRIE // Netratings - Tous lieux de connexion - Octobre 2011



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

Les 5 thématiques



SPORTS / AUTO



LOISIRS / JEUX



HIGH TECH



ACTUALITÉ



FEMMES

@ Un CPC minimum
de **0,17 €** et de **0,35 €**
pour du **clic d'arrivée**



INTERNET

CHOISISSEZ LE PACK THÉMATIQUE QUI VOUS CORRESPOND...

SPORTS / AUTO



+ de 40 Millions*
de PAP disponibles

LOISIRS / JEUX



+ de 464 Millions*
de PAP disponibles

HIGH TECH



+ de 62 Millions*
de PAP disponibles

ACTUALITÉ



+ de 66 Millions*
de PAP disponibles

FEMMES



+ de 92 Millions*
de PAP disponibles

...et optez pour de
**LA PUISSANCE DANS
UN CONTEXTE CIBLÉ !**

* Volume mensuel estimé



MOBILE

SUR LES PACKS
FEMMES & HOMMES



PAR PACK :

CPC minimum = **0,8€** net

SUR
LE FLOATING



SUR L'ENSEMBLE DES 14* APPLICATIONS :

CPC minimum = **0,5€** net

Facturation au Clic et diffusion de la campagne suivant un système d'enchères

Offre réservée aux annonceurs ayant **des objectifs de ROI :**



- Coupons ou offres promotionnelles
- Téléchargements d'application
- Formulaires
- etc.

* Offre Floating : hors Appli ELLE et Appli payantes

CONDITIONS COMMERCIALES /
TARIFS / CGV

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 2010 sur les sites commercialisés en 2011 par LAGARDÈRE PUBLICITÉ Internet et qui investissent en 2011. Il s'applique sur chacune des campagnes réalisées en 2011, 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 2010 sur les sites commercialisés par LAGARDÈRE PUBLICITÉ Internet et qui investissent en 2011. Il s'applique sur chacune des campagnes réalisées en 2011, 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 pour les applications mobiles à l'exception de la remise professionnelle et du cumul de mandat.

F - LES CONDITIONS COMMERCIALES DES TABLETTES

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

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	Bouton	Multi-formats
Ados.fr	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €	110,00 €	120,00 €			40,00 €
BE.com	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €	156,00 €			52,00 €
Bouquet News Europe 1	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €	156,00 €	26,00 €	24,05 €	52,00 €
Boursier.com / SFR Finance	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €	156,00 €	26,00 €	24,05 €	52,00 €
Elle.fr / SFR Femme	80,00 €	108,00 €	48,00 €	176,00 €	176,00 €	192,00 €	32,00 €	29,60 €	64,00 €
Femina.fr	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €					40,00 €
Fluctuat.net	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €					40,00 €
Football.fr	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €					40,00 €
Gulli.fr	65,00 €		39,00 €	143,00 €	143,00 €			24,05 €	52,00 €
Hachette-vins.com	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
Infosbebes.com	65,00 €	87,75 €		143,00 €	143,00 €		26,00 €	24,05 €	52,00 €
Koreus.com	35,00 €		21,00 €						28,00 €
Lejdd.fr	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €				52,00 €
Parismatch.com	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €					52,00 €
Premiere.fr	50,00 €	67,50 €		110,00 €	110,00 €			24,05 €	40,00 €
Public	65,00 €	87,75 €	39,00 €	143,00 €	143,00 €	156,00 €	26,00 €		52,00 €
RFM.fr	50,00 €		30,00 €	110,00 €					40,00 €
Routard	50,00 €	67,50 €	30,00 €	110,00 €	110,00 €	120,00 €	20,00 €		40,00 €
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 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Emploi	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Annuaire	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR TV	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Jeux	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Guide	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Musique	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Météo	50,00 €	67,50 €	30,00 €						40,00 €
SFR Webmail	17,50 €								14,00 €
SFR RG	20,00 €								10,00 €

TARIFS INTERNET

	Pavé 300x250	Grand Angle 300x600	Multi-formats
Pack Femmes	52,00 €	70,20 €	41,60 €
Pack Mamans	52,00 €	70,20 €	41,60 €
Pack Hommes CSP+1	50,00 €	67,50 €	40,00 €
Pack Divertissement	45,00 €	60,75 €	36,00 €
Pack Enfants	55,00 €		44,00 €

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

HP SFR

	Pavé 300x250	Pavé+Flash	Habillage+Pavé	Habillage+Pavé +Flash	FULL EVENT (autre que Habillage Pavé+Flash)
SFR Homepage forfait exclu	120 000,00 €	160 000,00 €	280 000,00 €	330 000,00 €	380 000,00 €

VIDÉOS

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

	Vidéo Pre Roll 20"	Vidéo Pre Roll 25"	Vidéo Pre Roll 30"
Gulli Replay	160,00 €	180,00 €	220,00 €

TARIFS MOBILE

APPLI	CPM Brut		CPD (exclusivité journalière)	
	Bannière	IO	OI+Bannière	OI SEUL
ELLE	18,00 €	35,00 €	1 559	780
PUBLIC	16,00 €	32,00 €	8 663	3 465
BE	16,00 €	32,00 €	606	212
PSYCHOLOGIE	16,00 €	32,00 €	260	130
DOCTISSIMO	16,00 €	32,00 €	260	130
PARENTS	16,00 €	32,00 €	87	43
ELLE ASTRO	16,00 €	32,00 €	381	210
BOURSIER	18,00 €	35,00 €	1 819	691
EUROPE 1	18,00 €	35,00 €	2 339	1 403
HACHETTE V&M	16,00 €	32,00 €	381	114
PREMIERE	18,00 €	35,00 €	433	152
VIRGIN	16,00 €	32,00 €	485	267
RFM	16,00 €	32,00 €	173	104
TELE 7	18,00 €	35,00 €	6 064	2 426
FOOTBALL	16,00 €	32,00 €	866	390
GULLI	16,00 €	32,00 €	347	173
LES PARESSEUSES	16,00 €	32,00 €	139	69
SHOP WISE	16,00 €	32,00 €	87	43
Floating	10,00 €	x	-	-
Pack Hommes	12,00 €	19,00 €	-	-
Pack Femmes	12,00 €	19,00 €	-	-
Pack CSP+	12,00 €	19,00 €	-	-

LES CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

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 :

23, rue Baudin
92 300 Levallois

Toute réservation doit être confirmée par la signature d'un bon de commande 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.

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.

3.4 / Frais de retard de livraison des éléments

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.

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

• 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.

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 2010 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.

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 à la réglementation en vigueur en France. La responsabilité de LP ne saurait être engagée par les insertions publicitaires qui sont diffusées sur les sites sous la seule responsabilité de l'annonceur.

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 CRÉATIONS 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.

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 animés.
- 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. Aucune compensation n'est accordée lorsque la livraison d'une campagne est supérieure à 95% du volume initialement prévu.

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
92 300 LEVALLOIS

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
92 300 Levallois

- 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%.

Le taux appliqué par la Régie est de 3 fois le Taux d'Intérêt Légal (T.I.L.).

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.

CONTACTS

LAGARDÈRE PUBLICITÉ

10, RUE THIERRY LE LURON - 92300 LEVALLOIS-PERRET

TÉL. : 01 41 34 90 00 - FAX : 01 41 34 90 01

Alix Pandrea et son équipe
01 41 34 91 56

123Boutchou.com **Ados.fr** Assistante-Maternelle.biz **Bakchich.info** Be.com **Beauty-experts.com** Bebe-nounou.com
Bebepassion.com **CanalTurf.com** Covoiturage.fr **Cybercartes.com** Dekio.fr Europe1.fr **Femina.fr** Fluctuat.net **Football.fr**
GayFrance.fr **Hachette-Vins.com** Jeunes&Jolies.fr/blog **Journaux.fr** June.fr **JurassicLife.com** Koreus.com
LeJDD.fr **MakeMeReach.com** Megalopeople.com **Mezzo.tv** Music Story **ParisMatch.com** Programme-Television.org
Public.fr **RFM.fr** Realtv-fr.net **Routard.com** SFR.fr **Sport4fun.com** **TV-Replay.fr** Telecablesat.fr **Todae.fr**
Tvnt.net **VieDeMerde.fr** Ville-Virtuelle.com **VirginRadio.fr** Zebulon.fr **Zelink.com**