

Au 1<sup>er</sup> janvier 2008

Stratégies est une marque de Reed Business Information SAS, publiant des périodiques et des guides sur support papier et tout support en ligne (Internet), ci-après dénommée "Stratégies". Les présentes conditions générales de vente sont applicables aux insertions réalisées à compter du 1er janvier 2008.

## I - GÉNÉRALITÉS

- 1 - Toute souscription d'un ordre de publicité par l'annonceur ou son mandataire implique l'acceptation des présentes conditions générales de vente et des tarifs en vigueur.
- 2 - Est considéré comme annonceur toute société ou groupe de sociétés achetant de l'espace publicitaire dans une publication de Stratégies.
- 3 - Est considéré comme mandataire pour l'achat d'espace toute personne agissant au nom et pour le compte d'un annonceur en vertu d'un contrat écrit de mandat et présentant une attestation de mandat conforme au modèle établi par Stratégies.
- 4 - Tous les ordres de publicité sont exécutés aux conditions du tarif en vigueur. Les conditions générales figurant sur les ordres émanant des agences de publicité, des agences médias ou des annonceurs n'engagent pas Stratégies, sauf si elles ont été acceptées par écrit.
- 5 - Toute réservation d'espace devra être faite par écrit par l'annonceur ou son mandataire. Cette réservation donnera lieu à l'envoi par Stratégies d'une confirmation d'ordre de publicité. Seuls les ordres de publicité signés par l'annonceur ou son mandataire seront pris en compte. Ces derniers devront être transmis à Stratégies 8 jours ouvrables au moins avant la date de parution prévue.
- 6 - Stratégies se réserve le droit de refuser toute insertion publicitaire qui serait contraire à la bonne tenue, la bonne présentation ou la ligne de conduite de la publication, et ce sans avoir à en donner la raison.
- 7 - L'annonceur reconnaît détenir l'ensemble des droits de toute nature que ce soit permettant l'insertion de son annonce dans toutes les publications de Stratégies et déclare en assumer l'entière responsabilité. Il déclare endosser toutes les responsabilités civiles ou pénales susceptibles de résulter du contenu des fichiers et des éléments à distribuer et il répondra seul de toutes les actions en justice susceptibles d'émaner tant des tiers que des pouvoirs publics. En conséquence, l'annonceur décharge Stratégies et ses employés de toute responsabilité et, en tant que de besoin, il les relèvera et les garantira de toutes condamnations qui pourraient être prononcées contre eux.
- 8 - L'annonceur ou son mandataire ne peut se prévaloir d'un retard de parution en cas de grève ou pour tout autre cas de force majeure.
- 9 - Aucun annonceur ne peut se prévaloir d'un quelconque exclusivité dans un secteur d'activité.
- 10 - Stratégies peut se charger exceptionnellement de l'exécution des documents techniques nécessaires pour une parution. Dans ce cas, les frais techniques et les frais de réalisation sont à la charge du client et Stratégies décline toute responsabilité après signature du B.A.T.

## II - TARIFS ET DÉGRESSIFS

- 1 - Stratégies se réserve le droit de modifier les tarifs en vigueur de ses publications à tout moment en prévenant les annonceurs et/ou leur mandataire 15 jours avant l'entrée en vigueur des nouveaux tarifs. Les nouveaux tarifs s'appliqueront dès leur entrée en vigueur à tous les contrats et ordres d'insertion en cours d'exécution.
- 2 - Toutes taxes existantes et toutes taxes nouvelles resteront à la charge de l'annonceur.
- 3 - Définitions :
  - Le chiffre d'affaires « brut valorisé » est défini comme le chiffre d'affaires brut majoré des conditions d'emplacement
  - Le chiffre d'affaires « brut base achat avant modulation » est défini comme le chiffre d'affaires « brut valorisé » après négociation de l'emplacement. Il peut être soumis à des modulations, c'est-à-dire à des remises mentionnées en tant que telles dans les offres et produits commerciaux.
  - Le chiffre d'affaires « brut base achat après modulation » sert de base de calcul aux différents dégressifs
  - Le chiffre d'affaires « net avant remise professionnelle » est défini comme étant le chiffre d'affaires brut base achat après modulation et après application des dégressifs.
  - Le chiffre d'affaires « net espace » est défini comme étant le chiffre d'affaires après application s'il y a lieu de la remise professionnelle.
  - Le « net media » est l'addition du chiffre d'affaires net espace et des frais techniques, s'il y a lieu, et avant application des taxes.
  - Le CA brut annuel HT correspond aux investissements atteints en cumulant l'ensemble des insertions parues à partir du 1er numéro daté de janvier 2008 jusqu'au dernier numéro daté de décembre 2008, sur le tarif brut de base achat HT après modulations pour les campagnes classiques nationales (hors opérations spéciales, frais techniques, petites annonces). Dans le cas d'une offre commerciale, les conditions générales de vente de cette dernière s'appliquent. Par défaut, c'est le CA brut de base achat modulé de cette offre qui entre en compte dans le CA brut annuel HT.
  - 4 - Les remises et dégressif volume s'additionnent, et se calculent sur le tarif brut base achat après modulation, hors taxes en date de parution, à l'exception de la « Remise Professionnelle ».
  - 5 - Aucun dégressif prévu au tarif ne pourra être appliqué aux montants facturés au titre des « frais techniques » et de la « surtaxe postale », ainsi qu'aux montants facturés en échange marchandises.
  - 6 - Le dégressif volume s'applique à tout annonceur ou groupe d'annonceur, sur le CA brut annuel HT.
  - 7 - Le dégressif s'applique sur le tarif brut base achat modulé, au premier euro bénéficiant du dégressif sur tranche.
  - 8 - La remise professionnelle s'applique en cascade sur le CA net avant remise professionnelle
  - 9 - On entend par « Stratégies grands formats » tous les espaces publicitaires qui ne rentrent pas dans les rubriques Services, Free Lance, Formations, Offres et Demandes d'emploi.
  - 10 - Pour le calcul du dégressif "Volume" prévu au tarif « Stratégies grands formats », les montants facturés en échange marchandises ne sont pas pris en compte.
  - 11 - Pour le calcul du dégressif « Nombre d'insertions », le nombre d'insertions pris en compte est pour :
    - Services : celui des insertions de l'année en cours
    - Free Lance : celui figurant sur un même ordre d'insertion et ce dégressif s'applique sur le montant des investissements de cet ordre.
  - 12 - L'annonceur bénéficie d'un dégressif "Nouvel annonceur" sur l'ensemble de ses investissements 2008 pour Services et Free Lance dès lors qu'il n'était pas présent dans la rubrique du même nom en 2007.
  - 13 - Pour les Free Lance, le dégressif « Fidélité » est consenti à tout annonceur qui était présent en 2007 dans la rubrique du même nom.
  - 14 - En cas exceptionnel de rupture de contrat, Stratégies procédera à une régularisation de facture : les dégressifs appliqués seront recalculés sur la base du volume de chiffre d'affaires et/ou du nombre de pages réalisés à la date de refacturation.

## III - CONDITIONS PARTICULIÈRES

- 1 - Stratégies se réserve le droit d'adopter des dégressifs et remises complémentaires pour des raisons particulières telles que : Promotions spéciales, campagnes de floating sans garantie d'emplacements ni de jour de parution, offres packagées...
- 2 - Ces tarifs promotionnels et/ou spéciaux pourront varier selon le type d'opérations et/ou en fonction des périodes.
- 3 - Stratégies se réserve le droit de substituer ces dégressifs et remises particulières aux dégressifs et remises habituelles.

## IV - MODIFICATIONS, ANNULATIONS, RECLAMATIONS

- 1 - Toute modification ou annulation d'ordre, même partielle, doit être formulée par écrit 15 jours minimum avant la date de parution.
- 2 - Toute annulation même partielle réalisée entre 15 et 8 jours avant la date de parution convenue entraînera l'application d'une pénalité de 50% du montant de ou des insertion(s) ainsi annulée(s). Toute annulation intervenant moins de 8 jours avant la date de parution convenue entraînera la facturation de la totalité du montant de ou des insertion(s) ainsi annulée(s) au tarif en vigueur.
- 3 - Annulation partielle d'une offre packagée : toute insertion publicitaire déjà parue dans le cadre d'une offre packagée sera refacturée au tarif en vigueur et ne pourra bénéficier d'aucun autre tarif promotionnel.
- 4 - Toute réclamation doit, sous peine de déchéance, être effectuée par lettre recommandée avec accusé de réception au plus tard 15 jours après la date de parution de l'insertion publicitaire concernée.

## V - CONDITIONS DE RÈGLEMENT

- 1 - Les règlements s'effectuent à 30 jours date de facturation pour l'ensemble des annonceurs et à 60 jours pour les insertions publicitaires passées par l'intermédiaire d'un mandataire. Pour les insertions à paraître dans les rubriques Services, Free Lance et Demandes d'emploi, les règlements sont exigés à la commande. Pour les secteurs hors Loi Sapin, en particulier les offres d'emploi et dans le cas où l'annonceur serait représenté par une agence, celle-ci agit pour le compte de l'annonceur.
- 2 - Même lorsque l'annonceur passe ses ordres par l'intermédiaire d'un mandataire (que celui-ci soit ou non mandaté pour effectuer le règlement) l'annonceur est le débiteur principal envers Stratégies en application de l'article 1998 du code civil.
- 3 - En cas de retard de paiement aux termes fixés, les sommes dues porteront intérêts de plein droit sur la base de 1,5 fois le taux d'intérêt légal en vigueur, sans qu'il soit besoin d'une mise en demeure, et sans que cette clause nuise à l'exigibilité immédiate de la dette.
- 4 - Le non-règlement des factures à l'échéance convenue entraîne de plein droit, à la charge de l'acheteur, une indemnité fixée, à titre de clause pénale conformément à l'article 1226 du Code Civil, à 15 % des factures impayées à leur échéance et ce, sans préjudice des demandes pouvant être formées judiciairement en vertu de l'article 700 du N.C.P.C.
- 5 - Tout retard de règlement par rapport aux échéances fixées entraîne pour Stratégies le droit de suspendre l'exécution des insertions en cours.

## VI - MODALITÉS TECHNIQUES DE DIFFUSION

- 1 - Destruction et conservation des documents : sauf instruction contraire envoyée par écrit à Stratégies, les documents seront détruits 3 mois après parution.
- 2 - Seront expédiés après parution comme justificatif de l'insertion : 3 exemplaires pour Stratégies grands formats et 1 exemplaire pour les Services et Free Lance. Tout exemplaire supplémentaire sera facturé.
- 3 - Toute publicité "rédactionnelle" sera encadrée, et comportera la mention "Publicité", "Communiqué", "Publi-rédactionnel" ou "Publi-information". La rédaction se réserve un droit de regard sur ce type de publicité.

## VII - DROIT ET LITIGES

- 1 - Les présentes conditions générales de vente sont soumises exclusivement au droit français.
- 2 - Tout litige concernant l'application ou l'interprétation des présentes conditions générales de vente sera soumis au Tribunal de Commerce de Paris.

## CONDITIONS DE VENTE PARTICULIÈRES À INTERNET

### I - CONDITIONS TECHNIQUES

- 1 - Remise des éléments :
  - L'annonceur ou son mandataire devra fournir les éléments conformément aux spécifications techniques exigées par Stratégies, notamment le format, la taille, le poids, l'animation, et de manière générale telle que spécifiées sur l'ordre de publicité.
  - Ces éléments devront être fournis au plus tard 72 h avant la date de la première diffusion de la campagne (pour les opérations spéciales 1 semaine avant la date de diffusion).
  - En cas de non-respect des délais et/ou des spécifications techniques, le prix de la (ou des) diffusion(s) sera intégralement dû par l'annonceur. Dans ce cas, Stratégies ne sera redevable ni de compensation, ni d'intérêt, ni d'indemnité envers l'annonceur, son mandataire ou les tiers intéressés.
  - 2 - Changements des bannières publicitaires à l'initiative de l'annonceur :
    - Tout changement de bannières publicitaires fera l'objet d'une demande écrite par l'annonceur ou son mandataire, sous réserve de l'envoi des bannières publicitaires dans un délai de 72 h avant leur mise en ligne.

### II - DROITS NÉCESSAIRES À L'HÉBERGEMENT

- L'annonceur et/ou le mandataire reconnaît être l'auteur unique et exclusif du texte, des dessins, images, son etc... ou, à défaut détient l'ensemble des droits nécessaires à leur utilisation et reproduction.
- L'annonceur et/ou le mandataire certifie, en particulier, que le contenu de l'annonce ne contreviendra à aucun droit, règle ou législation en vigueur (notamment en matière de publicité ou concurrence) et qu'il ne comporte aucune imputation ou allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers.

### III - DIFFUSION

- Il est expressément convenu que Stratégies a une obligation de moyen.
- Compte tenu de la complexité des réseaux mondiaux et de l'inégalité des capacités des sous réseaux, de l'afflux à certaines heures des utilisateurs, des différents "goulots d'étranglement" à certains endroits sur le Réseau, la responsabilité de Stratégies, en tant qu'éditeur de supports publicitaires ne peut être recherchée, notamment en cas de difficultés ou d'impossibilité d'accéder au service. Néanmoins, dans le cas où la responsabilité de Stratégies serait engagée, celle-ci serait limitée au montant de la prestation facturée.

### IV - CONCURRENCE

- Stratégies ne peut garantir que des annonceurs concurrents ne soient pas présents sur des emplacements voisins ou contigus pendant une même période.

### V - COMPTE RENDU D'EXECUTION

- Les parties reconnaissent et acceptent que toutes les statistiques de pages vues, émises par Stratégies, et obtenues à l'aide du logiciel « Smart Ad Server », sont des données officielles et définitives de performances de Stratégies en terme de nombre de pages vues comportant la publicité.
- Le client reconnaît et accepte que Stratégies est réputé avoir atteint ses obligations en terme de pages vues, si 90% du nombre de pages vues au global indiqué dans le contrat est atteint (les emplacements achetés en exclusivité qui ne sont pas vendus à la durée ni en nombre de pages vues ne sont pas comptabilisés dans ces 90%). Le client renonce expressément à toutes poursuites et/ou indemnités dans ce cas et s'engage à verser l'intégralité des sommes visées au contrat. S'il ressortait du compte rendu d'exécution établi selon le procédé que le nombre de pages vues tel que défini dans le contrat n'était pas atteint, Stratégies s'engage à insérer la publicité sur des pages du support choisies à l'entière discrétion de Stratégies, sur une base non exclusive, nonobstant tout accord contraire indiqué dans le contrat, jusqu'à ce que ledit nombre soit atteint.
- En cas de difficultés techniques extérieures à celui-ci, rendant difficile et/ou impossible l'accès et/ou la lecture des statistiques relatives aux pages vues comportant la publicité, Stratégies s'engage à faire ses meilleurs efforts pour y remédier, dans la mesure du possible. En tout état de cause, sa responsabilité ne saurait être engagée à ce titre.

Dernière mise à jour : 05/02/2008