

# Conditions Générales de Vente 2011 (1/2)

## 1) DISPOSITIONS GENERALES

**Article 1.1 - Application des Conditions Générales de Vente :** Tout achat d'espace publicitaire effectué par un annonceur ou par un intermédiaire, agissant en son nom et pour son compte en vertu d'un mandat écrit, auprès de FIGAROMEDIAS, implique l'acceptation pleine et entière des présentes Conditions Générales de Vente (CGV), de tarif et de règlement en vigueur. FIGAROMEDIAS, se réserve le droit de modifier à tout moment ses CGV, notamment afin de se conformer à l'évolution de la législation et ce, sous réserve d'en informer les annonceurs ou leurs mandataires une semaine avant la date d'entrée en vigueur. Ces présentes CGV concernent l'ensemble de l'activité commerciale de FIGAROMEDIAS, à l'exception des annonces classées. La publicité commerciale, financière et institutionnelle diffusée sur les supports imprimés ou diffusée sur Internet et commercialisée par FIGAROMEDIAS, est assujettie au CGV ci-après qui concernent la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2011. Le fait que l'une des parties n'ait exigé l'application d'une clause quelconque des présentes CGV, que ce soit de façon permanente, ou temporaire, ne pourra être considéré comme une renonciation aux droits de cette partie découlant de ladite clause. Toute condition contraire posée par un annonceur ou son mandataire, figurant notamment dans leurs propres bons de commande et/ou dans leurs conditions générales d'achat, sera inopposable à FIGAROMEDIAS à défaut d'acceptation préalable, expresse et écrite de sa part. Les présentes CGV, ainsi que les actes qui en découlent, sont soumis au droit français.

### Article 1.2 – Définitions :

**Annonceur :** toute personne morale ou physique qui achète ou fait acheter de l'espace publicitaire auprès de FIGAROMEDIAS. Un annonceur, faisant partie d'un Groupe de sociétés, a droit aux conditions applicables à ce Groupe. Le Groupe étant défini comme l'ensemble des sociétés détenues à au moins 50% par une même entité juridique au 1<sup>er</sup> janvier 2011.

**Mandataire :** tout intermédiaire professionnel agissant au nom et pour le compte de l'annonceur dans le cadre d'un contrat de mandat écrit d'achat d'espace publicitaire.

**Article 1.3 – Mandat :** L'achat d'espace publicitaire peut être effectué directement par un annonceur ou, en son nom et pour son compte, par l'intermédiaire d'un mandataire. Au cas où l'annonceur aurait confié son achat d'espace à un mandataire, une attestation de mandat signée par l'annonceur et son mandataire devra accompagner l'ordre de publicité et préciser l'étendue du mandat accordé. L'attestation de mandat est établie pour une année civile, soit du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2011. Conformément aux dispositions de la loi 93-122 du 29 janvier 1993, l'original de la facture sera envoyé à l'annonceur. Un exemplaire de la facture sera envoyé pour information au mandataire. L'annonceur s'engage à informer sans délai FIGAROMEDIAS, par lettre recommandée avec avis de réception, de toute modification relative au mandat qu'il a confié à son mandataire.

**Article 1.4 - Emplacements publicitaires :** Les espaces publicitaires proposés s'entendent toujours sous réserve de disponibilité au moment de la réception par FIGAROMEDIAS de l'ordre de publicité.

**Article 1.5 - Facturation et règlement :** Facturation et conditions de règlement de FIGAROMEDIAS, agissant au nom des éditeurs : l'annonceur est seul responsable du paiement des publicités parues aux conditions définies sur le tarif, même en cas de mandatement d'une agence. Le paiement ou l'avance effectués au mandataire ne le libère pas vis-à-vis de FIGAROMEDIAS. Le défaut d'exécution d'une ou plusieurs insertions ne donne droit à aucune indemnité et ne peut dispenser du paiement des annonces diffusées.

La publicité est payable à la remise de l'ordre. Les clients réguliers pourront cependant, après accord préalable de FIGAROMEDIAS, régler leurs factures aux conditions définies ci-après :

- Par chèque ou virement à 30 jours fin de mois le 10

- Par traite à 30 jours fin de mois le 15

en application de la nouvelle loi de modernisation de l'économie (LME).

Toute traite doit être retournée, acceptée et domiciliée chez FIGAROMEDIAS dans les 10 jours suivant la date d'envoi du relevé.

Tout retard de paiement entraînera :

- L'exigibilité immédiate de toutes les sommes facturées restant dues et des ordres insérés non encore facturés.

- Le paiement comptant à la remise de l'ordre de toute nouvelle insertion ou éventuellement la suspension de leur exécution.

- Une facturation d'intérêts de retard calculée sur la base d'un taux égal à 3 fois le taux d'intérêt légal en vigueur, réglable à réception par chèque bancaire.

- En cas de non respect des Conditions Générales de Ventes en terme de délais de paiement, le versement du cumul de mandat est susceptible d'être remis en cause.

- L'exigibilité d'une indemnité de 15% des sommes dues au titre de clause pénale, outre les frais judiciaires éventuels.

Toutes taxes, présentes ou futures, sont à la charge de l'annonceur et facturées en sus. Toutes nos factures sont payables en Euros à Paris. Nos traites ne font ni novation, ni dérogation à cette clause attributive de juridiction. En cas de contestation, les tribunaux Parisiens sont seuls compétents.

**Article 1.6 – Litiges :** Dans l'hypothèse où l'une quelconque des stipulations des présentes CGV était tenue pour nulle ou sans objet, elle sera réputée non écrite et n'entraînera pas la nullité des autres stipulations. Toute contestation ou litige pouvant résulter de l'interprétation et/ou de l'exécution des présentes, et plus généralement de la formation et de l'exécution des ordres de publicité, sera portée devant les tribunaux de Paris, reconnus exclusivement compétents.

## 2) DISPOSITIONS PARTICULIERES PRINT

**Article 2.1 – Ordre de publicité :** Tout achat d'espace publicitaire sur un support papier commercialisé par FIGAROMEDIAS fait l'objet d'un ordre de publicité qui est signé par l'annonceur ou son mandataire et accepté par FIGAROMEDIAS, en fonction des demandes de réservation émises par l'annonceur ou son mandataire, et compte tenu des disponibilités du planning de FIGAROMEDIAS.

- L'ordre de publicité, dûment daté et signé pour accord par l'annonceur ou son mandataire, est à retourner impérativement à FIGAROMEDIAS au plus tard 72 heures avant la date de bouclage commercial. Celle-ci est de 24h avant publication pour le Figaro Quotidien et Internet, de 3 semaines pour les publications hebdomadaires et d'un mois pour les supports à plus grande périodicité. En l'absence d'ordre formellement écrit ou envoyé en dehors des délais mentionnés ci-dessus, son exécution sera conforme aux échanges préalables engagés entre les 2 parties et ne pourra en aucun cas donner lieu à contestation.

- L'ordre de publicité peut également prendre la forme d'une lettre datée et signée par l'annonceur ou son mandataire.

- L'envoi de l'ordre de publicité quelle que soit sa forme implique l'acceptation des présentes Conditions Générales de Vente.

- L'ordre de publicité mentionnera obligatoirement : le nom du mandataire et du correspondant qui l'engage pour l'insertion publicitaire; le nom de l'annonceur et du responsable budget marketing-publicité affecté à l'insertion publicitaire ; la nature précise et le nom du produit ou du service à promouvoir ; la date de début de la campagne et la durée de celle-ci ; les supports retenus et/ou les sites réservés ; les emplacements et critères de ciblage réservés ; le budget affecté à l'insertion selon le tarif en vigueur.

Par ailleurs, l'annonceur certifie que le message publicitaire ne contrevient à aucun droit, règle ou législation en vigueur et qu'il ne comporte aucune imputation diffamatoire ou dommageable à l'égard de tiers, et garantit en conséquence l'éditeur et la régie contre toute réclamation de ce fait.

- Chaque ordre de publicité est strictement personnel à l'annonceur. Il ne peut être modifié sans son autorisation et ne peut être créé sous quelque forme et à quelque titre que ce soit.

- Toutefois, dans le cas de la vente ou du transfert de l'exploitation de l'annonceur, il est précisé que ce dernier est tenu d'en imposer l'exécution à son successeur en restant personnellement garant de ce dernier.

### Article 2.2 – Tarifs :

Les ordres de publicité des impressions Presse sont facturés sur la base du tarif en vigueur publié sur chacun des titres commercialisés par FIGAROMEDIAS et consultable sur le site [www.figaromedias.fr](http://www.figaromedias.fr).

FIGAROMEDIAS se réserve le droit de modifier à tout moment les tarifs en vigueur et leurs conditions d'application, respectant un préavis d'une semaine.

La réactualisation des tarifs est accessible sur le site : [www.figaromedias.fr](http://www.figaromedias.fr).

Tous les tarifs sont exprimés hors taxes.

- Le chiffre d'affaires "Brut Valorisé" est défini comme le chiffre d'affaires Brut valorisé aux conditions d'emplacement telles que définies dans la grille tarifaire du support concerné.

- Le chiffre d'affaires "Brut Base Achat avant Modulation" est défini comme le chiffre d'affaires Brut payé par l'annonceur.

- Le chiffre d'affaires "Brut Base Achat" correspond au « Brut Valorisé » après déduction des modulations c'est-à-dire à des remises mentionnées en tant que telles dans les offres et produits commerciaux. Par ailleurs, toute insertion gracieuse sera appliquée sous la forme d'une modulation de 100%. Le Brut Base Achat sert de base de calcul aux différents dégressifs (dégressif volume, cumul de mandats).

- Le chiffre d'affaires "Net Espace Facturé avant Remise Professionnelle" est défini comme étant le chiffre d'affaires Brut Base Achat annuel après application des dégressifs et avant application, s'il y a lieu, de la remise professionnelle.

- Le chiffre d'affaires "Net Espace Facturé" est défini comme étant le chiffre d'affaires « Net Espace Facturé avant Remise Professionnelle » après application, s'il y a lieu, de la remise professionnelle.

- Le "Net Média" est l'addition du chiffre d'affaires Net Espace Facturé et des frais techniques s'il y a lieu, et avant application des taxes.

**Article 2.3 - Dégressifs :** Les dégressifs s'appliquent pour chaque support comme décrit dans leur plaquette tarifaire respective. Par conséquent, les dégressifs définis ci-dessous ne s'appliquent pas nécessairement à l'ensemble des supports commercialisés par FIGAROMEDIAS.

- Les modulations des offres commerciales s'appliquent sur le "Brut Base Achat avant modulation" annuel HT en date de parution.

- Les dégressifs se calculent et s'appliquent sur le chiffre d'affaires "Brut Base Achat" annuel HT en date de parution.

- Le dégressif volume s'applique à l'annonceur ou à son Groupe sur la base du "Brut Base Achat" réalisé par lui ou par son mandataire (ou ses mandataires) pour son compte dans le cadre strict des présentes Conditions Générales de Vente. Son taux est fonction de la grille indiquée sur la plaquette tarifaire du support.

- Le dégressif "cumul des mandats" sera attribué à un mandataire ayant au moins 2 annonceurs qui n'appartiennent pas au même Groupe pour lesquels il assure l'achat d'espaces publicitaires et la gestion des ordres. Son taux est fonction de la grille indiquée sur la plaquette tarifaire du support. Le taux de remise est calculé sur la base du "Brut Base Achat". Dans le cas où le mandataire appartient à un groupe de mandataires, le BBA retenu sera celui du groupe auquel il appartient. Le groupe étant défini comme l'ensemble des sociétés détenues à au moins 50% par une même entité juridique au 1<sup>er</sup> janvier 2011. Le dégressif de cumul des mandats s'additionne au dégressif volume, avant la remise professionnelle. Il est soumis au respect des délais de règlement conformément à l'article 12 ci-dessous.

**Article 2.4 - Remise Professionnelle :** Sur les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, une remise professionnelle de 15% est appliquée sur le chiffre d'affaires net HT après application, s'il y a lieu, des modulations et des dégressifs. La remise professionnelle ne peut en aucun cas porter sur les frais techniques.

**Article 2.5 - Responsabilité - Refus de parution :** La publicité paraît sous la seule responsabilité de l'annonceur. FIGAROMEDIAS ou / et l'Editeur se réserve(nt) le droit de refuser purement et simplement une annonce, même en cours d'exécution d'ordre, sans indiquer la raison et plus particulièrement quand par sa nature, son texte ou sa présentation, elle paraîtrait contraire à l'esprit de la publication concernée, ou susceptible de provoquer des protestations de ses lecteurs ou de tiers. Un tel refus ne fait naître aucun droit à indemnité au profit de l'annonceur ou de son mandataire. FIGAROMEDIAS se réserve également le droit d'interrompre une campagne à tout moment au cas où elle aurait connaissance d'informations sur le caractère incertain de la solvabilité de l'annonceur ou de son mandataire et au cas où elle aurait connaissance du caractère contraire de la campagne aux lois et règles en vigueur.

**Article 2.6 – Annulation :** Toute demande de modification ou d'annulation totale ou partielle devra parvenir par écrit à la régie et ne saurait être acceptée sans contrepartie qu'à la condition expresse de respecter un délai de 1 mois avant la date de bouclage commercial pour les impressions Presse telle que celle-ci est précisée dans l'article 4 ci-dessus et 1 mois avant la date de mise en ligne pour les diffusions sur Internet. Dans le délai de 1 mois à 15 jours avant la date de bouclage commercial, toute annulation fera l'objet d'un dédit d'un montant égal à 20% du prix brut des ordres annulés, en-deçà de 15 jours 50% du montant de l'ordre initial seront dus.

**Article 2.7 – Réclamation :** Aucune réclamation ne sera admise, si elle n'a pas été effectuée par écrit dans les huit jours suivant la date des faits faisant l'objet de la réclamation. En cas de contestation, celle-ci sera soumise à la juridiction des Tribunaux Parisiens. En cas de litige ou d'attente d'avis, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer sans aucun retard la partie non contestée de la facture.

**Article 2.8 – Eléments Techniques - Délais :** Aucun éditeur de support imprimé ne saurait être tenu responsable pour un défaut de lisibilité d'une annonce composée dans un corps inférieur à 8.

- Les éléments techniques sont à la charge du client.

- Tout bon à tirer non renvoyé dans les 48 heures implique l'accord de l'annonceur et dégage notre responsabilité. Le support décline toute responsabilité pour les éléments qui lui auraient été remis (fichiers, supports informatiques, etc.) et qui n'auraient pas été retirés par les clients dans un délai de deux mois à compter de la dernière insertion.

- Toute opération d'encartage ne sera validée qu'après réception de trois maquettes en blanc, dans le papier de tirage, à livrer à : FIGAROMEDIAS/Production : 3 bis, rue Pillet-Will 75009 Paris. Par ailleurs, 10 exemplaires de l'encart finalisé, devront être transmis à la même adresse 15 jours avant la date de parution.

- La qualité de reproduction ne peut être garantie si les éléments techniques parviennent hors délais : 3 semaines avant parution pour les magazines, 10 jours pour le Figaroscope et 72 heures pour le Figaro Quotidien et ses suppléments.

- Toute information publicitaire à caractère rédactionnel doit être précédée du mot "PUBLICITÉ" ou "COMMUNIQUE".

- Aucune publicité n'est admise sur un format inférieur aux modules définis sur chacun des supports physiques (cahiers) et mentionnés dans les plaquettes tarifaires ci-jointes.

## Conditions Générales de Vente 2011 (2/2)

**Article 2.9 - Conditions spécifiques aux contrats annuels de communication financière :** ils désignent la surface contractuelle conclue pour une période de 12 mois, calendaires ou non, et sont réservés à la communication régulière des entreprises cotées ou non et des OPCVM. Les opérations financières et les campagnes corporates ou institutionnelles dans le cadre d'une opération financière sont donc achetées en ponctuel, c'est-à-dire en fonction de la grille tarifaire par type d'emplacement. Tout complément de contrat est facturé au tarif du contrat initial. Le contrat annuel est facturé à réception de l'ordre de publicité et au plus tard à la première insertion. Les contrats annuels ne peuvent donner droit aux dégressifs indiqués sur les CGV autre que le cumul de mandats et la remise professionnelle. Par ailleurs, ils ne permettent pas d'incrémenter la grille de dégressif de volume d'autres achats. Pour toute résiliation de contrats annuels ayant déjà fait l'objet d'insertion, le prix facturé sera alors celui des achats ponctuels dans les tarifs en vigueur. Les surfaces non utilisées en fin de contrat sont soit reportées sur le contrat suivant et utilisables dans les 30 jours, soit perdues en cas de non renouvellement des montants investis. La résiliation ou la non reconduction des contrats annuels de cotation des OPCVM doivent être signifiées à FIGAROMEDIAS par lettre recommandée avec accusé de réception 2 mois avant la date de fin du contrat annuel à défaut de quoi le contrat sera tacitement reconduit selon les conditions du précédent contrat. Pour les contrats annuels de cotation des OPCVM, l'annonceur est responsable de la transmission des données, FIGAROMEDIAS ne pouvant en aucun cas être tenu responsable d'un défaut d'actualisation des données publiées. Pour tout contrat Groupe, la remise la plus importante qui aura été accordée à l'une des entités dudit Groupe sera appliquée à l'ensemble des sociétés composant ce Groupe, détenues à plus de 50%. En revanche, les surfaces achetées par plusieurs filiales d'un même Groupe ne peuvent pas être cumulées pour déterminer le tarif de référence. Un contrat "Information financière" et un contrat "OPCVM" ne peuvent pas être cumulés pour la détermination du tarif de référence.

**Article 2.10 – Publicité comparative :** l'annonceur qui souhaite positionner une publicité comparative dans une des publications commercialisées par FigaroMedias doit en informer FigaroMedias suffisamment en amont de la date de bouclage commercial. FigaroMedias s'assurera alors qu'aucune marque concurrente citée dans la publicité comparative n'est présente dans le numéro concerné ou à la date concernée. Dans le cas où une marque concurrente serait présente, FigaroMedias sera en droit de refuser cette publicité comparative.

### 3) DISPOSITIONS PARTICULIERES WEB, MOBILE & TABLETTES

#### Article 3.1 - Ordre de publicité

Ordre de publicité : Tout achat d'espace publicitaire sur un site Internet, un mobile ou une tablette commercialisé par FIGAROMEDIAS fait l'objet d'un ordre de publicité. Il s'agit d'un document signé par FIGAROMEDIAS qu'elle adresse à l'Annonceur (ou son Mandataire) en réponse à la demande de réservation d'espace publicitaire de ce dernier, et compte tenu des disponibilités du planning de FIGAROMEDIAS. Confirmation d'ordre de publicité : ordre de publicité dûment contresigné par l'Annonceur ou son Mandataire qui est retourné à FIGAROMEDIAS.

Toute demande de réservation d'espace publicitaire adressée à FIGAROMEDIAS par l'Annonceur ou son Mandataire doit préciser la période de diffusion souhaitée ainsi que la marque du produit ou du service objet du message publicitaire. Elle est adressée au moins < 4 jours > avant la date de première mise en ligne de la publicité.

La confirmation d'ordre de publicité doit être retournée par l'Annonceur ou son Mandataire sous < 3 jours > avant la date de mise en ligne de la campagne. A défaut, l'ordre pourra ne pas être enregistré par FIGAROMEDIAS.

Toute confirmation d'ordre de publicité non signée par l'Annonceur ou son Mandataire ne sera pas prise en compte par FIGAROMEDIAS.

En cas d'existence d'un Mandataire, l'acceptation de la confirmation d'ordre par FIGAROMEDIAS sera subordonnée à la communication préalable par le Mandataire soit du contrat de mandat le liant à l'Annonceur, soit de la lettre d'accréditation de Mandataire mentionnant l'existence de ce mandat et les conditions de facturation et de règlement qui y sont prévues. Le contrat de mandat, comme la lettre d'accréditation seront réputés être maintenus en vigueur jusqu'à notification écrite par l'Annonceur à FIGAROMEDIAS de leur résiliation.

#### Article 3.2 - Messages publicitaires

Les messages publicitaires sont rédigés en langue française avec, le cas échéant, une traduction, en application de la loi n° 94-665 du 4 août 1994. Tout message publicitaire doit être clairement présenté comme une publicité et identifier l'Annonceur.

Les textes et annonces paraissent sous la seule responsabilité de l'Annonceur et de son Mandataire. Ces derniers garantissent en conséquence solidairement FIGAROMEDIAS contre toute action ayant pour cause le contenu du message publicitaire diffusé sur l'un ou l'autre des sites Internet, mobile ou tablettes commercialisés par FIGAROMEDIAS, sa présentation, et généralement, l'exécution de l'ordre de publicité.

FIGAROMEDIAS sera en droit de refuser ou de suspendre toute publicité et/ou tout lien hypertexte renvoyant vers le site de l'Annonceur qui serait contraire aux intérêts matériels ou moraux du site ou des sites, mobile ou tablettes concernés, FIGAROMEDIAS étant seul juge et n'ayant pas à indiquer les raisons de son refus ou de la suspension ;

Le refus ou la suspension de la publicité par FIGAROMEDIAS ne saurait faire naître aucun droit à indemnité au profit de l'Annonceur (et/ou de son Mandataire) et ne saurait dispenser ce dernier du paiement des publicités déjà diffusées.

#### Article 3.3 - Tarifs

Les ordres de publicité sont facturés sur la base du tarif HT en vigueur publié sur chacun des sites Internet, mobile et tablettes commercialisés par FIGAROMEDIAS. Ils sont communiqués sur demande et consultables sur le site : [www.figaromedias.fr](http://www.figaromedias.fr). FIGAROMEDIAS se réserve le droit de modifier à tout moment les tarifs en vigueur et leurs conditions d'application, respectant un préavis d'une semaine. La réactualisation des tarifs est accessible sur le site : [www.figaromedias.fr](http://www.figaromedias.fr).

Le prix tarif comprend une mise en ligne, ainsi que, le cas échéant, une modification des créations de la campagne au maximum par période de 15 jours.

Le prix tarif comprend également, sous réserve de l'obtention par FIGAROMEDIAS de l'autorisation de l'Editeur du site, mobile ou tablette, la possibilité pour l'Annonceur de créer un lien hypertexte renvoyant vers son site Internet et d'avoir accès aux statistiques de sa campagne publicitaire.

En cas de baisse des prix, les nouveaux tarifs seront applicables à tout ordre de publicité établi après leur publication sur le site, mobile ou tablette considéré. En cas de hausse des prix, les nouveaux tarifs seront applicables à tout ordre de publicité dont la confirmation sera reçue après un mois suivant la publication de ces nouveaux tarifs sur le site, mobile ou tablette considéré.

#### Article 3.4 – Dégressifs et Remise Professionnelle

Sur les ordres exécutés dans le cadre d'un contrat de mandat, il est appliqué une remise professionnelle de 15 % sur le prix tarif net HT, après application des majorations, du dégressif volume et des dégressifs commerciaux, et, le cas échéant, du dégressif pour cumul de mandats. Dans le cas où le mandataire appartient à un groupe de mandataires, l'assiette de calcul du cumul de mandats retenue sera celle du groupe auquel il appartient. Le groupe étant défini comme l'ensemble des sociétés détenues à au moins 50% par une même entité juridique au 1<sup>er</sup> janvier 2011. La remise professionnelle ne peut en aucun cas porter sur les frais techniques.

#### Article 3.5 – Exécution des ordres de publicité

1- Eléments techniques : Les éléments techniques, en ce compris le visuel des bandeaux pour toute image hébergée par un autre serveur (« Redirect »), doivent impérativement être mis à disposition de FIGAROMEDIAS au plus tard trois (3) jours avant la date de première mise en ligne stipulée à l'ordre de publicité, sous un format conforme aux spécifications techniques fixées par FIGAROMEDIAS.

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. Pour les formats IAB, une livraison des créations (aux spécificités FIGAROMEDIAS) jusqu'à 24h avant la date de diffusion, entraîne une facturation d'une pénalité journalière (200 €). Une livraison à moins de 24h00 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 les formats événementiels : une livraison de création (aux spécificités FIGAROMEDIAS) jusqu'à 5 jours ouvrés avant la date de diffusion, facturation d'une pénalité journalière (de 200 €). A moins de 5 jours de la date de diffusion : facturation de 80% du montant net acheté.

La responsabilité de FIGARO MEDIAS ne saurait être engagée en cas de défaillance dans la représentation des éléments du fait d'un dysfonctionnement ou d'un encombrement du réseau Internet, ainsi que d'un dysfonctionnement du « Ad server », qui sont assimilés à des cas de force majeure (cf. infra).

2- Emplacement publicitaire : Les espaces publicitaires proposés par FIGAROMEDIAS dans l'ordre de publicité s'entendent toujours sous réserve du nombre de pages vues au moment de la réception de la confirmation de l'ordre de publicité.

Dans le cas où l'emplacement publicitaire proposé dans l'ordre de publicité ne pourrait être respecté, FIGAROMEDIAS fera ses meilleurs efforts pour mettre à la disposition de l'Annonceur un autre emplacement de valeur équivalente. Si l'emplacement ainsi proposé ne convenait pas à l'Annonceur, ce dernier serait en droit d'annuler son ordre, sans indemnité.

3- Messages publicitaires – Modifications : En dehors d'une mise en ligne, ainsi que d'une modification des créations de la campagne de publicité de l'Annonceur par période de 15 jours, FIGAROMEDIAS se réserve le droit de refuser toute nouvelle mise en ligne et/ou modification de création(s) demandée par l'Annonceur. En cas d'acceptation de FIGAROMEDIAS, la nouvelle mise en ligne, ou la modification de création(s) pourra donner lieu à une majoration de 10 % du prix de la publicité.

Pour toute image hébergée par un autre serveur (« Redirect »), FIGAROMEDIAS devra impérativement être prévenue 24 heures à l'avance de toute interruption ou rupture des liens.

4- Annulation d'ordre de publicité : Toute demande d'annulation d'un ordre de publicité pour être acceptée doit être adressée par écrit à FIGAROMEDIAS.

Si la demande d'annulation de l'Annonceur intervient :

- Jusqu'à 15 jours ouvrés avant la date de diffusion : pas de frais
  - De 15 jours à 5 jours avant la date de diffusion : facturation de 40% à 60% du montant de l'OI annulé
  - Moins de 5 jours avant la date de diffusion : facturation de 70% à 90% du montant de l'OI annulé
- 5- Suspension de publicité : En cas de demande d'un Annonceur pour une suspension de la diffusion de la publicité, l'ordre de publicité sera annulé par FIGAROMEDIAS et l'intégralité du prix de la publicité considérée sera néanmoins facturé à l'Annonceur.
- Frais de décalage de campagne :
  - Jusqu'à 15 jours ouvrés avant la date de diffusion : pas de frais
  - De 15 jours à 5 jours avant la date de diffusion : facturation de 20% à 40% du montant de l'OI décalé
  - Moins de 5 jours avant la date de diffusion : facturation de 40% à 60% du montant de l'OI décalé

**Article 3.6 - Réclamation :** il est entendu que l'outil de gestion de campagne de FIGAROMEDIAS fera foi entre les Parties. Toute réclamation relative à la diffusion d'une campagne ne pourra être prise en compte par FIGAROMEDIAS si elle n'est pas consécutive à un contrôle effectué conjointement par l'annonceur et un collaborateur (ou salarié) de FIGAROMEDIAS. Les réclamations, quelle qu'en soit la nature ne seront reçues que par écrit et dans un délai maximum de quinze jours après la date de la facture.

#### Article 3.7 - Réserves

1- FIGAROMEDIAS sera libérée de son obligation de diffuser la publicité de l'Annonceur par suite de la survenance de tout cas fortuit ou de force majeure, ou de circonstances ayant une cause externe indépendante du fait personnel de FIGAROMEDIAS. Dans ces circonstances, aucun retard ni défaut de diffusion de la publicité ne pourra justifier la résiliation de l'ordre par l'Annonceur ni donner lieu à indemnité quelconque. Toutefois, à titre de compensation, FIGAROMEDIAS pourra, à sa convenance, proposer à l'Annonceur une prorogation de la durée de diffusion de la publicité à raison de la durée du retard de diffusion causée par de telles circonstances, ou d'autres formes d'espaces publicitaires sur le(s) site(s), mobile ou tablettes concernés.

Pour l'application de la présente clause, devront être considérées comme cas de force majeure les cas suivants : la guerre, l'émeute, la grève, les destructions de matériels sans qu'il soit possible aux personnes qui les ont sous leur garde d'éviter ces destructions, l'arrêt des moyens de communication, les réquisitions ou dispositions d'ordre public apportant des restrictions à l'objet du contrat ou à la libre circulation, la défaillance du fait d'un dysfonctionnement ou d'un encombrement du réseau Internet, ainsi que d'un dysfonctionnement du « Ad server », ainsi que les cas retenus par la jurisprudence usuelle des tribunaux français en la matière.

2- Les obligations souscrites par FIGAROMEDIAS à l'occasion d'un ordre de publicité ne peuvent l'être que vis-à-vis d'un Annonceur. En conséquence, FIGAROMEDIAS ne peut être tenu à aucune obligation de quelque nature que ce soit vis-à-vis d'un Mandataire.

3- Les marques, qui sont la propriété de FIGAROMEDIAS ou des Editeurs de sites Internet, mobile et tablettes, ne peuvent être utilisées dans une annonce publicitaire, comme d'aucune autre façon, sans une autorisation préalable écrite de FIGAROMEDIAS.