

Tarifs SFR régie 1er Semestre 2010

Contacts SFR Régie

Patricia Lévy, Directrice Générale

*Luc Vignon, Directeur Commercial
01 71 08 29 41 - luc.vignon@sfr.com*

*Ana Pauluk, Directeur de Clientèle
01 71 08 89 04 - ana.pauluk@sfr.com*

*Christophe Pottier, Directeur de Clientèle
01 71 08 91 84 – christophe.pottier@sfr.com*

06 2700 2800
regie.publicitaire@sfr.com

Tarifs au 19 02 2010

Annule et remplace les tarifs précédents, modifiables sans préavis

Tarifs 1^{er} Semestre 2010



PORTAIL VODAFONE LIVE!	Forfait	Audience (est)	Format
Home Page	15 K€ / jour	1 700 000 / jour	Bandeau 16/9ème cliquable ou GIF animé
Home Page Home liens 2	20 K€ / hebdo		Lien avec accroche 14
Chaines thématiques PORTAIL VODAFONE LIVE!	CPM Brut	Audience Hebdo (est)	Format
Astro & People 1	15 €	110 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Astro & People N-1 Alertes	10 €	380 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Appli Store	15 €	20 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Banque - Bourse / Boursier.com	20 €	180 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Best of Web 1 (Best of Web 2 offert)	15 €	300 000	GIF Animé / Bandeau 16/9ème /Lien avec accroche 14 + teaser 20
Allociné	23 €	100 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Dailymotion	30 €	100 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Meetic Home	23 €	380 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Meetic Femmes	12 €	230 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Meetic Hommes	12 €	1 350 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Skyrock Home	23 €	230 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Skyrock autres pages	12 €	2 100 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Au Feminin Home	23 €	60 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Au Feminin N-1 Home Themes	12 €	50 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Auto plus	23 €	40 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Chats & Blogs 1 (Chats & Blogs 2 offert)	12 €	500 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14) /Lien avec accroche 14 + teaser 20
Info 1	17 €	450 000	MMA Animé
Info N-1	17 €	3 300 000	GIF animé
Illymythics (page d'accueil des contenus spécifiques aux forfaits illymythics)	45 €	150 000	GIF animé
Itinéraires - GPS lien 1	16 €	75 000	GIF animé
Itinéraires - GPS lien 2	13 €	75 000	GIF animé
Jeunes Talents 1	25 €	7 500	Bandeau 16/9ème cliquable
Jeunes Talents 2	20 €	7 500	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Jeux 1	12 €	500 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Jeux 2	10 €	500 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Jump Page (page d'accueil application avec raccourcis vers les contenus)	30 €	300 000	Bandeau PNG
Logos 1 + Logos N-1 Sélection 1	20 €	200 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14) /Lien avec accroche 14 + teaser 20
Logos 2 + Logos N-1 Sélection 2	13 €	200 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Logos N-1 + 10,000 logos	30 €	35 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Mails 1	20 €	480 000	GIF animé
Mails 2	10 €	480 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Météo	20 €	450 000	GIF animé
Musique 1 + N-2 Toutes les vidéos 1	20 €	310 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Musique 2 + N-2 Toutes les vidéos 2	10 €	310 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14)
OLX Autres Pages	12 €	60 000	GIF animé
OLX Home + Home des thèmes	23 €	15 000	GIF animé
People	15 €	100 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Rencontres 1	22 €	170 000	Lien avec accroche 14
Rencontres 2	22 €	170 000	Lien avec accroche 14
Rencontres 3	22 €	170 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Sexy 1	45 €	110 000	Lien avec accroche 14
Sexy 2	43 €	110 000	Lien avec accroche 14
Sexy 3	28 €	110 000	Lien avec accroche 14
Sexy 4	28 €	110 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 Plus de Sexy 1	60 €	8 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 Plus de Sexy 2	60 €	8 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 Plus de Sexy 3	60 €	8 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 Plus de Sexy 4	60 €	8 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 100% Gay lien 1	100 €	5 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 100% Gay lien 2	100 €	5 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 tous les chats lien 1	60 €	6 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 tous les chats lien 2	60 €	6 000	Lien avec accroche 14
Sexy N-1 Plus de Sexy 18+ 1	50 €	3 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Sexy N-1 Plus de Sexy 18+ 2	50 €	3 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Sexy N-1 Plus de Sexy 18+ 3	50 €	3 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Sexy N-1 Plus de Sexy 18+ 4	50 €	3 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Sonneries 1	20 €	170 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Sonnerie N-1 Toutes les sonneries 1 (+ lien 2 offert)	30 €	45 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Sonneries N-1 Groupe emplacements:	30 €	75 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Sonneries N-1 + de nouveautés			Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Sonneries N-1 Promo sonneries			Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Sonneries N-1 Top ventes			Bandeau 4/3 G (30 + 14)
Sport 1	15 €	700 000	MMA Animé
SFR Foot	15 €	700 000	Bandeau 16/9ème cliquable
Sport N-1	15 €	2 200 000	Bandeau 4/3 G (30 + 14) ou Bandeau 16/9ème cliquable ou GIF animé
TV-VOD	23 €	1 200 000	GIF animé
TV-VoD N-2 100% Manga	30 €	30 000	Bandeau 16/9ème cliquable

- Les volumes de PAP sont donnés à titre indicatif, sur la base des audiences moyennes constatées au 2^{ème} semestre 2009
- Mode de commercialisation des espaces ci-dessus (Editeurs de contenus et services mobiles) : 1 semaine à 100% de part de voix. Facturation plafonnée dans la limite d'une augmentation maximum de 180% de l'audience.
- Pour les terminaux non XHTML, un format « lien texte » sera demandé en remplacement des formats bannières ou bandeaux 4/3

Tarifs 1^{er} Semestre 2010

GALLERY >>

GALLERY	CPM Brut	Audience Hebdo (est)	Format
Home Gallery 1	22 €	320 000	Bandeau 3 formats avec accroche 35
Home Gallery 2	16 €	320 000	Bandeau 3 formats avec accroche 35
Home Gallery 18+ 1	35 €	25 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Home Gallery 18+ 2	35 €	25 000	Lien avec accroche 14 + teaser 20
Coup de cœur Charme 1	60 €	2 000	Bandeau avec accroche 45
Coup de cœur Charme 2	60 €	2 000	Bandeau avec accroche 45
Coup de cœur TP lien 1	60 €	10 000	Bandeau avec accroche 45
Coup de cœur TP lien 2	60 €	10 000	Bandeau avec accroche 45



PORTAIL MTV			
EMPLACEMENT	CPM Brut	Audience Hebdo (est*)	Format Xhtml
Portail MTV (portail dédié forfaits Série MTV)	23 €	100 000	GIF animé *

* voir conditions spécifiques de mise en ligne

I PHONE			
EMPLACEMENT	CPM Brut	Audience Hebdo (est*)	Format
I-Phone & Applications (TV, Musique, Wifi ...)	23 €	2 200 000	Bandeau 16/9ème Iphone

GOOGLE PHONE			
EMPLACEMENT	CPM Brut	Audience Hebdo (est*)	Format
Google phone	23 €	250 000	Bandeau 16/9ème Iphone



Dispositif promotionnel mixant envoi de SMS sur base optin (3 M de clients SFR) et référencement sur le portail promotionnel SFR

Pack 30 000 contacts

Tarif Net : 16 000 € (valorisation brute 20.000 €)

30 000 contacts MD + référencement 1 semaine sur le portail Promotionnel

Pack 50 000 contacts

Tarif Net : 22 000 € (valorisation brute 28.000 €)

50 000 contacts MD + référencement 1 semaine sur le portail Promotionnel

Pack 100 000 contacts

Tarif Net : 36 000 € (valorisation brute 48.000 €)

100 000 contacts MD + référencement 1 semaine sur le portail Promotionnel

Présence 1 journée sur la Home page Vodafone Live! Offerte

- Les volumes de PAP sont donnés à titre indicatif, sur la base des audiences moyennes constatées au 2^{ème} semestre 2009
- Mode de commercialisation des espaces ci-dessus (Editeurs de contenus et services mobiles) : 1 semaine à 100% de part de voix. Facturation plafonnée dans la limite d'une augmentation maximum de 180% de l'audience.
- Pour les terminaux non Xhtml, un format « lien texte » sera demandé en remplacement des formats bannières ou bandeaux 4/3

Conditions Commerciales 2010

<p>1.</p>	<p>Dégressifs Volume Tout annonceur réalisant du 1er janvier au 31 décembre 2010 un chiffre d'affaires brut cumulé HT de 30 000 € minimum sur les offres publicitaires de SFR Régie bénéficiera d'un dégressif de volume selon le barème ci-après (ainsi, les investissements, notamment sur le portail wap SFR ou sur Gallery sont additionnés pour calculer le palier volume applicable pour l'achat d'Espaces Publicitaires sur l'un ou l'autre de ces supports) La remise de volume est appliquée au premier euro investi. La remise de volume sera réajustée à chaque passage de palier sur l'investissement cumulé par l'annonceur depuis le 1er janvier 2010.</p> <p>Les opérations spéciales, les opérations promotionnelles Promoslive, le Marketing Direct, le web (sfr.fr), le print (Minimag) ou les mots clés commercialisés en tarifs Nets ne rentrent pas en compte dans le calcul de la remise de volume et font l'objet de tarifs et conditions commerciales spécifiques.</p>	<p>A partir de 30 000 € 2 % A partir de 50 000 € 3 % A partir de 75 000 € 4 % A partir de 100 000 € 5 % A partir de 150 000 € 7 % A partir de 200 000 € 9 % A partir de 300 000 € 12 % A partir de 500 000 € 13 % A partir de 900 000 € 15 %</p>
<p>2.</p>	<p>Remise professionnelle La remise professionnelle s'applique sur le chiffre d'affaires net net HT, c'est à dire le CA brut de référence moins la remise de volume.</p>	<p>15 %</p>
<p>3.</p>	<p>Cumul de Mandats Ce dégressif s'applique au chiffre d'affaires net HT réalisé en 2010 par un même Mandataire pour au minimum 3 Annonceurs ou groupe d'Annonceurs⁽¹⁾ qui ont acheté de l'Espace Publicitaire sur le portail Wap ou sur le moteur de recherche Gallery SFR selon le barème ci dessus. Le cumul des mandats prend en compte l'ensemble des achats réalisés par le mandataire sur les supports commercialisés par SFR Régie, y compris les opérations spéciales, les mots clés, les opérations promotionnelles Promoslive, le Marketing Direct, le web (sfr.fr) ou le print (Minimag). Il sera réajusté en fin d'année.</p> <p><i>(1) : Un Groupe d'Annonceurs est ici considéré comme un seul et même Annonceur.</i></p>	<p>A partir de 150 000 € 2 % A partir de 300 000 € 3 % A partir de 450 000 € 4 % A partir de 600 000 € 5 %</p>
	<p>Annonceurs « Grandes Causes » ou « Collectives »</p>	<p>Consulter SFR Régie</p>
	<p>Montant minimum par commande (Ordre de Diffusion)</p>	<p>5 000 € Net HT</p>

Règles de nommage et déontologiques

1. Les liens publicitaires doivent renvoyer vers un site Gallery, Vodafone LV ! ou MTPremium (offre monitorée par SFR). Attention pour tout nouveau site MTPremium, merci de contacter votre commercial pour accord préalable. La promotion des sites OFF operateur est interdite.
2. Le texte du lien et le contenu du site promu devront être en rapport avec les règles déontologiques et de nommages de l'emplacement publicitaire concerné et devra être conforme à l'esprit éditorial du portail SFR.
3. Le texte du lien ne doit pas être identique à celui de l'une des rubriques, l'un des services ou l'un des liens du Portail Vodafone live!
4. La promesse client doit être claire, lisible et le lien doit être en rapport avec le site et le contenu promu, sans sur-promesse.
5. Les accroches tarifaires ne sont pas autorisées.
6. Les accroches promotionnelles ne sont pas autorisées (y compris sur la chaîne Jeux).
 - a. Le terme ILLIMITE est accepté l'exception du terme « Jeux Illimités », mais la condition de l'illimité doit apparaître clairement sur la page de destination du site promu (en haut de page)
7. Toute référence « sexy » ou « charme » est formellement interdite dans toutes les rubriques, à l'exception de la rubrique Sexy et Coup de cœur Charme. Toute référence « Adulte » est formellement interdite dans toutes les rubriques, à l'exception de la rubrique Sexy 18+.
8. Un disclaimer « contrôle parental » doit être impérativement affiché avant d'arriver sur un site soumis à contrôle parental.
9. Les accroches utilisées sur la chaîne Sexy ne doivent pas dépasser le cadre du domaine sexy "soft" et charme.
10. La chaîne Chats & Blogs est dédiée aux services de communication : les accroches et sites proposés sur la chaîne Chats Blogs ne doivent pas être connotés « Rencontres ».
11. Dans la rubrique SFR Music, toutes les campagnes dont le contenu serait susceptible de nuire à l'image ou aux intérêts commerciaux de SFR Music et notamment les messages visant à promouvoir l'activité de ses concurrents dans le domaine du téléchargement de contenus seront refusées. Téléchargement full-track interdit.
12. Sur le site dédié des Séries Forfaits bloqués MTV, il est impératif de faire pointer la campagne publicitaire sur une url gratuite.
13. Sur l'ensemble des chaînes, toute campagne susceptible de nuire à l'image ou aux intérêts commerciaux de SFR, et notamment les messages visant à promouvoir l'activité de ses concurrents dans le domaine de la téléphonie fixe ou mobile et de l'accès à internet ou des annonceurs ayant une politique commerciale de nature à provoquer une distorsion de concurrence sur le marché seront refusées.
14. Règles d'intégration du lien «retour»

Les règles d'implémentation du lien «retour» sur la page Gallery ou sur la page d'inscription à un service SMS+ Premium vers laquelle pointe le lien publicitaire, sont les suivantes :

 - 1) Nom du lien retour : > **Portail SFR**
 - 2) Liste et url des liens retours : La liste des url des liens retours est consultable sur l'interface d'administration des campagnes pub VL! : <http://regie.pub-sfr.com>
 - 3) Le lien « retour » doit pointer vers la chaîne du portail où le lien publicitaire était situé.
 - 4) Positionnement et signalétique du lien retour sur la page Gallery :
Le lien retour doit être impérativement positionné au-dessus du «Divider» Gallery.
Il est interdit de positionner le lien retour dans le «Footer» Gallery.
Le lien retour doit être précédé d'un chevron comme suit : > Portail SFR

Exemple de Story Board de la page Gallery sur laquelle pointe le lien publicitaire.

Terminaux « advanced » avec un picto « chevron »

Autres Terminaux avec le signe « chevron »

Site Gallery

Lien 1

Lien 2

Lien 3

> Portail SFR

>Infos Service

>Accueil Site Gallery

<Accueil Gallery

Conditions générales de vente

Conditions générales de vente de l'offre publicitaire sur le Portail Wap SFR

SFR est un opérateur de téléphonie mobile proposant notamment à ses clients un accès à l'internet mobile. Dans ce cadre, SFR développe et gère un portail Wap dénommé « Portail Vodafone Live ! » (ci-après « Portail Wap SFR »), au sein duquel sont commercialisés des espaces publicitaires proposés aux annonceurs dans les conditions exposées ci-après. Il est précisé que les annonceurs éligibles à l'offre publicitaire sur le Portail Wap SFR doivent être éditéur d'un ou plusieurs services sur le portail Wap SFR, d'un ou plusieurs sites wap référencés par SFR sur le moteur de recherche « Gallery » ou d'un ou plusieurs services SMS+ Premium SFR.

Définitions :

Annonceur : toute personne physique ou morale justifiant d'un numéro SIRET et éditant un service accessible sur le Portail Wap SFR ou sur le moteur de recherche Gallery ou éditant un service SMS+ Premium, qui, pour les besoins de son activité professionnelle, souhaite acheter pour une durée déterminée un Espace Publicitaire en vue de réaliser une Campagne.

Brief Annonceur : Ensemble des éléments communiqués par l'Annonceur et/ou le Mandataire à la Régie pour permettre la mise en ligne de sa Campagne.

Campagne : campagne publicitaire réalisée par l'Annonceur et/ou son Mandataire et prenant la forme d'une diffusion de messages publicitaires sur le portail Wap SFR, messages destinés à promouvoir directement ou indirectement le bien, le service ou la marque d'une entreprise.

Contrat : Le Contrat entre la Régie Publicitaire d'une part, et l'Annonceur et/ou le Mandataire d'autre part, se compose des présentes conditions générales et de l'Ordre de Diffusion dûment complété par l'Annonceur et/ou le Mandataire.

Espace(s) Publicitaire(s) : emplacements disponibles à la publicité sur le Portail Wap SFR (accessible via les réseaux Wap, GPRS ou 3G) permettant de réaliser une Campagne. Ces emplacements pourront être matérialisés sous plusieurs formes et sont susceptibles d'évolution à l'initiative de SFR.

Groupe d'Annonceurs : Sont réputés constituer un Groupe d'Annonceurs, toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'Espace Publicitaire et sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% par une même personne physique ou morale au 1er janvier de l'année d'adhésion au Contrat.

Mandataire : est reconnu Mandataire d'un Annonceur toute personne physique ou morale disposant d'un mandat écrit établi dans le respect des dispositions de la loi du 29 janvier 1993, dite loi Sapin, ou tout texte qui s'y substituerait ou la compléterait.

Ordre de Diffusion : désigne le document préparé et émis par La Régie Publicitaire puis souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire et traduisant l'accord auquel sont parvenues les parties suite à la demande de réservation de l'Espace Publicitaire émise par l'Annonceur et/ou son Mandataire et en fonction des disponibilités d'Espaces Publicitaires. Ce document est un bon de commande qui engage les deux parties.

Page Vue Avec Publicité ou PAP : page Wap du Portail Wap SFR contenant au moins un message publicitaire de l'Annonceur hormis le bandeau publicitaire « Pub Home » présent sur la page d'accueil du Portail Wap SFR.

Régie Publicitaire : Désigne SFR ou toute société mandatée par SFR qui propose les Espaces Publicitaires aux Annonceurs.

Article 1 – OBJET

Les présentes conditions générales de vente ont pour objet de définir, d'une part, les conditions et modalités selon lesquelles la Régie Publicitaire met à la disposition de l'Annonceur un Espace Publicitaire sur le Portail Wap SFR et, d'autre part, les engagements, droits et obligations de chacune des parties.

Toutes les ventes d'Espaces Publicitaires réalisées par la Régie Publicitaire sont exclusivement soumises aux présentes conditions générales de vente, au barème de prix applicable et à l'Ordre de Diffusion, à l'exclusion de tout autre document émanant de l'Annonceur et/ou du Mandataire, sauf dérogation formelle écrite et expresse de la part de SFR.

Article 2 - DEMANDE DE RESERVATION

L'Annonceur et/ou son Mandataire adresse à La Régie Publicitaire une demande de réservation d'Espace Publicitaire sur le Portail Wap SFR pour une Campagne souhaitée. La Régie Publicitaire enregistre les réservations en fonction des disponibilités et remet ensuite à l'Annonceur et/ou à son Mandataire un Ordre de Diffusion qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale.

Une réservation confirmée par la mise à disposition d'un Ordre de Diffusion est valable jusqu'à 18 (dix-huit) jours ouvrés avant la date prévue dans le planning de remise du Brief Annonceur : si, au-delà de ce délai, l'Ordre de diffusion n'a pas été accepté et remis signé par l'Annonceur ou le Mandataire, la réservation devient caduque et la Régie Publicitaire est libre de céder l'Espace Publicitaire concerné à un tiers.

Article 3 – VALIDATION/ANNULATION D'UN ORDRE DE DIFFUSION

3.1 Signature de l'Ordre de Diffusion

L'Ordre de Diffusion est rédigé et émis par la Régie Publicitaire. Le Contrat sera conclu entre les parties dès lors que l'Ordre de Diffusion aura été dûment signé et daté pour accord par l'Annonceur ou son Mandataire et retourné à la Régie Publicitaire par fax ou par courrier au plus tard 18 (dix-huit) jours ouvrés avant la date prévue dans le planning de remise du Brief Annonceur; Tout Ordre de Diffusion signé par l'Annonceur et/ou son Mandataire implique qu'il ait pris connaissance et qu'il ait accepté les présentes conditions générales de vente et le barème de prix applicable.

3.2 Annulation d'un Ordre de Diffusion

A l'exception d'un accord spécifique conclu entre les parties, un Ordre de Diffusion ne peut être annulé par l'Annonceur et/ou son Mandataire en cours d'exécution (c'est à dire : durant la période de diffusion de la Campagne).

Pour être acceptées, les demandes d'annulation ou de report devront être notifiées par écrit, 30 jours ouvrés avant la date de mise en ligne de la Campagne. Ce délai peut être réduit à 15 jours ouvrés avant la date de mise en ligne de la Campagne si 100% du budget est réinvesti sur le même support (bandeau publicitaire ou lien sponsorisé) dans le mois suivant la date de mise en ligne de la Campagne initialement prévue. Dans les autres hypothèses, le montant de la Campagne sera facturé et dû en totalité. L'Espace Publicitaire annulé par l'Annonceur et/ou le Mandataire est de nouveau à la disposition de La Régie Publicitaire.

Si le Brief Annonceur et l'ensemble des éléments techniques pour une Campagne n'ont pas été transmis à La Régie Publicitaire au plus tard 18 jours ouvrés avant le début de la Campagne, l'Ordre de Diffusion sera considéré comme caduc et le montant de la Campagne sera facturé et dû en totalité.

Article 4 – MANDAT

Dans le cas de la signature d'un Ordre de Diffusion par un Mandataire, une attestation de mandat à en-tête de l'Annonceur signé par ce dernier et son Mandataire devra accompagner l'Ordre de Diffusion renvoyé signé et préciser l'étendue de la mission confiée au Mandataire.

Dans l'hypothèse où le Mandataire s'est vu confier un mandat financier, un double de la facture lui sera envoyé, l'original étant adressé à l'Annonceur, conformément à l'article 20 de la loi du 29 janvier 1993, dite loi Sapin.

Article 5 - CLAUSE D'EXCLUSIVITE

Il ne sera accordé aucune exclusivité sous quelque forme que ce soit à l'Annonceur et/ou au Mandataire.

Article 6 - CONTENU DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

6.1 Licence

L'Annonceur concède à titre gracieux à la Régie Publicitaire le droit irrévocable d'accéder, d'afficher, d'utiliser, de reproduire, de représenter tout ou partie (visuels, logos...) des bannières, liens sponsorisés ou autres éléments d'affichage proposés dans le cadre de la Campagne, et ce pour les besoins de l'exécution des présentes et pour la promotion de l'activité de la Régie Publicitaire.

6.2 Responsabilité et garantie de l'Annonceur et/ou du Mandataire

La publicité paraît sous la seule responsabilité de l'Annonceur. En particulier, l'Annonceur garantit faire son affaire personnelle de tous les droits et autorisations nécessaires pour la diffusion de sa Campagne et pour toutes exploitations ultérieures, y compris s'il a donné mandat à un tiers de réaliser ces tâches.

L'Annonceur garantit que sa Campagne ne contrevient à aucune loi, réglementation et/ou norme en vigueur applicable, notamment celles concernant la publicité, la propriété intellectuelle, l'utilisation de la langue française, la collecte des données personnelles, ni à aucun droit des tiers (droits de la personnalité, droit de propriété intellectuelle, dénomination sociale, nom commercial, nom de domaine), ni aux codes de déontologie professionnelle. L'Annonceur garantit la Régie Publicitaire contre tout recours et/ou action que pourrait tenter toute personne physique ou morale, et ce pour quelle que cause que ce soit, du fait de la diffusion des publicités de l'Annonceur sur le Portail Wap SFR. En conséquence, il s'engage à prendre à sa charge les frais occasionnés par toute action, judiciaire ou extra judiciaire, intentée par un tiers à l'encontre de la Régie Publicitaire, et par toute transaction, ainsi que toute indemnité pouvant résulter de ces actions ou transactions.

La Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une Campagne, ou d'annuler une Campagne en cours, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puisse prétendre à aucune indemnité de ce fait :

- quand par sa nature, son texte, sa présentation ou le choix des mots clés, elle (i) paraîtrait contraire à l'esprit éditorial de SFR ou aux valeurs, à l'image et à la notoriété de SFR, (ii) serait susceptible de provoquer des protestations de toute personne, notamment au motif qu'elle serait contraire aux bonnes mœurs, porterait atteinte à la dignité humaine, inciterait à la discrimination, à la haine, à la violence, au racisme, etc..., ou (iii) pourrait être contraire à toutes lois et réglementations en vigueur, notamment celles relatives à la publicité et à la propriété intellectuelle

- ne concernant pas directement et exclusivement les domaines et les produits ou services mentionnés dans le Brief Annonceur, ou dont la rédaction est substantiellement différente de celle figurant dans le Brief Annonceur
- n'étant pas en conformité avec le contrat de référencement Gallery, le contrat Vodafone Live ! ou le contrat SMS+ Premium conclu par l'Annonceur (règles régissant le contenu, règles déontologiques, charte de communication, etc.)

- ne reflétant pas strictement la catégorie du service édité par l'Annonceur lorsque ledit service appartient à la catégorie « Tout public » ou « 12+ »
- dont le contenu serait susceptible de nuire à l'image ou aux intérêts commerciaux de SFR, et notamment les messages visant à promouvoir l'activité de ses concurrents dans le domaine de la téléphonie fixe ou mobile ou des Annonceurs ayant une politique commerciale de nature à provoquer une distorsion de concurrence.

- dans la rubrique SFR Music, dont le contenu serait susceptible de nuire à l'image ou aux intérêts commerciaux de SFR Music et notamment les messages visant à promouvoir l'activité de ses concurrents dans le domaine du téléchargement de contenus.

Dans le cas où La Régie Publicitaire refuserait à l'Annonceur la diffusion de sa Campagne pour l'un quelconque des motifs indiqués ci-dessus, l'Annonceur en sera informé 14 jours ouvrés avant la date de mise en ligne prévue. Pour bénéficier de l'Espace Publicitaire prévu, l'Annonceur devra proposer une nouvelle version de la Campagne dans un délai de deux (2) jours. S'il décide de ne pas proposer de nouvelle Campagne, il devra en informer La Régie Publicitaire dans un délai de un (1) jour ouvrable après la notification de refus par mail de sa Campagne.

En cas de modifications des services et du contenu du site promu par l'Annonceur pendant la Campagne, La Régie Publicitaire se réserve le droit de suspendre la Campagne, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puissent prétendre à aucune indemnité de ce fait, et en avertira ceux-ci. Dans cette hypothèse, les sommes facturables resteront dues.

Si l'Annonceur est dépublié deux (2) fois pour l'un quelconque des motifs évoqués ci-dessus, La Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une troisième Campagne.

En cas de modifications des services et du contenu du site promu par l'Annonceur pendant la Campagne, La Régie Publicitaire se réserve le droit de suspendre la Campagne, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puissent prétendre à aucune indemnité de ce fait, et en avertira ceux-ci. Dans cette hypothèse, les sommes facturables resteront dues.

Si l'Annonceur est dépublié deux (2) fois pour l'un quelconque des motifs évoqués ci-dessus, La Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une troisième Campagne.

Article 7 – MODIFICATION DES ESPACES PUBLICITAIRES

Les caractéristiques des Espaces Publicitaires répondent à des critères bien précis qui sont susceptibles d'évoluer. En cas de modification substantielle des Espaces Publicitaires, l'Annonceur en sera informé au moins dix (10) jours ouvrés avant la date de diffusion prévue de sa Campagne. Dans ce cas, il aura la possibilité d'annuler la diffusion de sa Campagne dans les deux (2) jours suivant la notification de modification reçue par courrier électronique. Au-delà, son acceptation des modifications sera considérée comme totale.

Article 8 - MODALITES D'INTEGRATION TECHNIQUE

8.1 Conformité des éléments techniques d'une Campagne

L'ensemble des éléments techniques pour une Campagne (texte des liens publicitaires, url de redirection, billboard, film publicitaire...) devra parvenir au plus tard 18 jours ouvrés avant la date prévue de mise en ligne à La Régie Publicitaire. En cas de non-conformité, l'Annonceur devra impérativement procéder aux modifications nécessaires au moins 18 jours ouvrés avant le début de la Campagne.

Suite à une notification de non-conformité des éléments techniques, l'Annonceur et/ou le Mandataire devra procéder aux modifications nécessaires pour se mettre en conformité dans un délai de vingt-quatre (24) heures. Au-delà de ce délai, la diffusion de la Campagne n'est plus garantie et sera reportée ou annulée, l'Annonceur et/ou le Mandataire en étant averti et l'intégralité du montant de l'Espace Publicitaire restant dû par l'Annonceur et/ou le Mandataire.

Si l'url de la publicité ne fonctionne pas pour des raisons techniques dépendantes de SFR, l'url ne sera pas mise en production, et l'Annonceur sera informé par La Régie Publicitaire des raisons techniques ayant motivé cette décision. L'Ordre de Diffusion sera alors annulé.

8.2 Liens Retours (uniquement pour les Annonceurs Gallery et SMS+ Premium)

L'Annonceur a l'obligation d'insérer un lien retour dans la page Gallery ou dans la page d'inscription au service SMS+ Premium vers laquelle pointe le lien publicitaire. Ce lien retour devra être présent durant la durée de la Campagne et devra disparaître le lendemain du dernier jour de Campagne. La liste des url de retour se trouve en annexe 6 « Règles d'intégration du lien Retour ». Le nom du lien retour doit impérativement être « Portail SFR » et doit être implémenté suivant les règles définies en annexe 6 « Règles d'intégration du lien Retour ». Le lien retour devra être positionné sur la première page sur laquelle arrive l'utilisateur après avoir cliqué sur un lien publicitaire.

8.3 Url de redirection (uniquement pour les Annonceurs Gallery et SMS+ Premium)

La racine de l'url de redirection doit être identique à celle déclarée chez SFR pour le service Gallery ou SMS+ Premium déjà en production. Toute modification des paramètres de l'url telle que enregistrées par SFR est de la seule responsabilité de l'Annonceur. Aucun site non conforme ne sera mis en ligne.

La Régie Publicitaire ne garantit pas de support technique aux Annonceurs et les conséquences éventuelles sur le bon fonctionnement du service des modifications de l'url, des paramètres de l'url ou de la mise en place d'un lien retour, sont à la charge et sous la seule et unique responsabilité de l'Annonceur.

8.4 Compatibilité terminaux Gallery

L'Annonceur présent sur Gallery s'engage dans le respect des obligations de son contrat Gallery SFR à s'assurer que le service qu'il édite est compatible avec l'ensemble des terminaux des utilisateurs SFR.

8.5 Fonctionnalité du site

Lors de la remise du Brief Annonceur à La Régie Publicitaire, l'ensemble des fonctionnalités du site promu dans le cadre de la Campagne doivent être actives, en particulier le lien retour SFR.

Article 9 - QUALITE DE SERVICE

Les Annonceurs dont les liens publicitaires pointeront sur leur site Vodafone live! devront impérativement se conformer aux conditions de qualité de service que prévoit leur contrat Vodafone live!. Les Annonceurs dont les liens publicitaires pointeront sur leur site Gallery devront impérativement se conformer aux conditions de qualité de service que prévoit leur contrat Gallery.

En cas de manquement constaté par SFR à ses obligations de qualité de service, l'Annonceur recevra une notification par mail : si dans les deux jours il ne remédie pas au manquement constaté, La Régie Publicitaire se réserve le droit d'annuler la Campagne de l'Annonceur et en avertira ce dernier, les sommes facturables restant dues.

Si suite à une annulation de Campagne, l'Annonceur souhaite à nouveau insérer des liens publicitaires sur le Portail Wap SFR, La Régie Publicitaire se réserve le droit de faire un test approfondi du site avant la mise en ligne des liens publicitaires. Si la Campagne d'un Annonceur est annulée à deux reprises pour non-respect de ses obligations de qualité de service, La Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une troisième Campagne.

Article 10 - CONDITIONS FINANCIERES

10.1 Tarifs des espaces publicitaires

La vente des Espaces Publicitaires sur le Portail Wap SFR est réalisée sur la base du tarif en vigueur à la date de l'Ordre de Diffusion signé par l'Annonceur et/ou le Mandataire.

Il est susceptible de modifications. L'Annonceur et/ou le Mandataire aura la possibilité d'annuler la diffusion de la Campagne dans les deux jours suivant la notification des nouveaux tarifs qui lui sera faite. Les modifications seront opposables à l'Annonceur et au Mandataire à l'issue d'un délai de 15 jours suivant la notification qui lui en sera faite.

10.2 Facturation

Si l'Annonceur a désigné un Mandataire, l'Annonceur et le Mandataire sont solidairement responsables du paiement de la totalité des sommes dues à La Régie Publicitaire.

La facturation des Espaces Publicitaires est réalisée sur la base d'un système de coût pour mille pages vues avec publicité (CPM PAP), sauf en ce qui concerne le bandeau publicitaire « Pub Home » présent sur la page d'accueil du Portail Wap SFR, lequel fait l'objet d'un forfait journalier (actualisé le cas échéant dans l'Ordre de Diffusion).

La facture est émise à la fin du mois suivant l'issue de la Campagne, sauf dans le cas d'une Campagne de plusieurs mois, la facturation intervenant alors mensuellement.

A l'exception du bandeau publicitaire sur la page d'accueil du portail, la facture sera adressée à l'Annonceur sur la base des statistiques relatives aux Campagnes avec un plafond de 180%. L'Annonceur et/ou le Mandataire reconnaît et accepte que les statistiques CPM PAP enregistrées par SFR sur la Campagne font office de données officielles, contractuelles et définitives entre la Régie Publicitaire d'une part, et l'Annonceur et/ou le Mandataire d'autre part.

Le tarif est soumis à la T.V.A aux taux en vigueur à la date de facturation.

Les factures sont payables au siège de l'émetteur de la facture, à savoir SFR ou sa régie publicitaire. Elles sont adressées à l'Annonceur avec remise d'un double, le cas échéant, au Mandataire.

Les factures sont payables à trente (30) jours fin de mois à compter de la date de la facture.

Sauf convention contraire, les paiements devront être effectués par virement bancaire crédité sur les comptes de l'émetteur de la facture (frais de virement restant à la charge de l'Annonceur et/ou du Mandataire).

Tout défaut de paiement partiel ou total de toute somme due par l'Annonceur à l'échéance, donnera lieu de plein droit, après mise en demeure préalable envoyée par courrier avec accusé de réception restée infructueuse pendant huit (8) jours, à la facturation par jour de retard d'un intérêt de retard égal à une fois et demi le taux d'intérêt légal. La mise en demeure précitée a pour effet de rendre toutes les sommes non échues de plein droit immédiatement exigibles.

L'Annonceur ou le Mandataire est tenu de soumettre par écrit à la Régie Publicitaire toutes réclamations ou contestations relatives au montant facturé dans un délai de soixante (60) jours à compter de cette facturation. A défaut, il sera réputé avoir renoncé à ladite réclamation ou contestation.

En cas de retard de paiement d'un Annonceur, La Régie Publicitaire se réserve le droit de ne pas accepter de nouveaux ordres de diffusion de cet Annonceur ou de demander un paiement intégral avant exécution d'un Ordre de Diffusion.

ARTICLE 11 – SUSPENSION - RÉLIATION

Dans l'hypothèse où l'Annonceur et/ou le Mandataire manquerait à l'une quelconque de ses obligations, La Régie Publicitaire peut le mettre en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception de remédier à ce manquement. Si l'Annonceur et/ou le Mandataire n'a pas remédié au manquement constaté, La Régie Publicitaire est libre de suspendre la Campagne dans les deux (2) jours suivant la réception de la mise en demeure ou de résilier le Contrat dans les quinze (15) jours suivant la réception de la mise en demeure sans préjudice des dommages-intérêts éventuellement dus de ce fait. Dans l'hypothèse d'une suspension et pendant toute sa durée, l'Annonceur reste tenu du paiement des sommes dues au titre de la Campagne.

Le Contrat peut être résilié de plein droit par La Régie Publicitaire et sans préavis, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puisse prétendre à une quelconque indemnisation dans les cas suivants : à compter du jour où dans le cadre de la mise en œuvre d'une procédure de redressement judiciaire ouverte à l'encontre de l'Annonceur et/ou du Mandataire, l'administrateur judiciaire se prononce, implicitement ou explicitement, en application de l'article 37 de la loi n° 85-98 du 25 janvier 1985, en faveur de la non-continuation du Contrat, à compter du jour du jugement de liquidation, en cas de conversion de la procédure de redressement judiciaire visée ci-dessus.

La Régie Publicitaire se réserve le droit de suspendre ou annuler une Campagne programmée ou en cours suite à la suspension ou la résiliation du contrat de référencement Gallery, du contrat Vodafone Live ! ou du contrat SMS+ Premium auquel est partie l'Annonceur. Les sommes dues au titre d'une Campagne déjà commencée au jour de la suspension ou de la résiliation resteront dues en totalité.

ARTICLE 12 – CONFIDENTIALITÉ

Chaque partie est tenue de garder strictement confidentielles et d'observer le plus strict secret des affaires concernant l'autre partie et de ne pas divulguer à des tiers à titre onéreux ou gratuit ou sous quelle que forme que ce soit, les informations concernant l'autre partie et celles relatives au Contrat, sauf autorisation écrite et préalable de l'autre partie désignant le ou les bénéficiaires de l'information ainsi que son contenu, et ce, pendant toute la durée de la Campagne et pendant une durée de deux (2) ans après son expiration, quelle qu'en soit la cause.

ARTICLE 13 – EXCLUSIONS ET LIMITATIONS DE RESPONSABILITÉ

La Régie Publicitaire ne donne aucune garantie et exclut tout responsabilité relativement au succès de la Campagne ou aux résultats obtenus à cette occasion et à l'utilisation des Espaces Publicitaires ou le choix des mots clés dans le cadre de la Campagne, notamment au regard des droits de propriété intellectuelle.

Dans tous les cas, La Régie Publicitaire ne saurait être responsable des dommages ou pertes indirects, tels que notamment pertes de chiffres d'affaires liés à un dysfonctionnement technique, notamment de ses plates-formes.

S'agissant des dommages directs, la responsabilité de La Régie Publicitaire ne pourrait excéder le prix de la Campagne payé par l'Annonceur et/ou le Mandataire

ARTICLE 14 – ASSURANCES

Chaque partie déclare être titulaire d'une police d'assurance garantissant sa responsabilité civile professionnelle. Chaque partie supporte les primes et franchises des polices d'assurance qu'elle a souscrites et, à première demande de l'autre partie, s'engage à lui communiquer toutes attestations d'assurances en rapport avec le Contrat.

ARTICLE 15 – FORCE MAJEURE

Aucune des parties ne pourra être tenue responsable d'un manquement quelconque à ses obligations au titre du Contrat, si un tel manquement résulte d'une décision gouvernementale, en ce compris le retrait ou la suspension de l'une des autorisations accordées à SFR, d'un incendie, d'un état de guerre déclarée, d'une guerre civile, d'actes de terrorisme ou d'une grève nationale, et plus généralement tout autre événement de force majeure présentant les caractéristiques définies par la jurisprudence de la Cour de Cassation.

A défaut d'accord amiable entre les parties dans un délai de un (1) mois à compter de la lettre recommandée avec accusé de réception initialisant les négociations et adressée par la partie la plus diligente les dispositions ci après s'appliqueront.

Toutefois, en cas de persistance de l'événement au-delà de un (1) mois, le Contrat peut être rompu par la partie la plus diligente, sans qu'aucune indemnité ne soit due par elle à l'autre partie à ce titre.

ARTICLE 16 – CESSION ET CHANGEMENT DE CONTRÔLE

Le Contrat étant conclu en considération de la personne de l'Annonceur, l'Annonceur s'interdit formellement, sous peine de résiliation immédiate et sans préavis, de céder, transférer sous quelque forme que ce soit, à titre onéreux ou gratuit, tout ou partie des droits et obligations résultant du Contrat sans l'accord préalable et écrit de La Régie Publicitaire. Si en cours d'exécution du Contrat un changement de propriétaire ou un transfert de l'exploitation intervient chez l'Annonceur, ce dernier est tenu de s'assurer de l'exécution jusqu'à leur terme des dispositions du Contrat et en reste personnellement garant.

ARTICLE 17 - RÈGLEMENT DES LITIGES

Le Contrat est soumis au droit français.

Tous différends découlant du Contrat doivent, en premier lieu, et dans toute la mesure du possible, être réglés au moyen de négociations amiables entre les parties.

A défaut d'un accord amiable entre les parties dans un délai de un (1) mois à compter de la lettre recommandée avec accusé de réception initialisant les négociations et adressée par la partie la plus diligente les dispositions ci après s'appliqueront.

Tous différends liés à l'interprétation ou à l'exécution du présent Contrat seront soumis à la compétence expresse du Tribunal de Commerce de Paris, nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie, même pour les procédures d'urgence ou les procédures conservatoires, en référé ou par requête.

ARTICLE 18 – NULLITÉ

Si une ou plusieurs stipulations du Contrat sont tenues pour non valides ou déclarées telles en application d'une loi, d'un règlement ou à la suite d'une décision définitive d'une juridiction compétente, les autres stipulations du Contrat garderont toute leur force et leur portée.

Les parties conviennent alors de remplacer la clause déclarée nulle et non valide par une clause qui se rapprochera le plus quant à son contenu de la clause initialement arrêtée.

ARTICLE 19 – NOTIFICATIONS

Les correspondances entre les parties sont effectuées par écrits signés par une personne dûment habilitée par la partie concernée.

Les correspondances à l'attention de SFR devront être envoyées à l'adresse ci-dessous :

SFR - Tour Séquoia,

SFR REGIE

1, place Carpeaux

92915 Paris La Défense.

Ou bien, lorsque le Contrat le prévoit, à l'adresse électronique suivante : regie.publicitaire@fr.sfr.com

Les notifications comportant un préavis doivent être adressées par lettre recommandée avec avis de réception port payé. Sauf disposition contraire, les délais prévus au Contrat courent à compter de la date de première présentation de ladite notification.

ARTICLE 20 – DIVERS

20.1 Si l'Annonceur a désigné un Mandataire, La Régie Publicitaire rendra compte à l'Annonceur des conditions de diffusion de la Campagne dans le mois suivant la fin de la Campagne

20.2 Le Contrat annule et remplace tous accords, propositions et communications antérieures, écrits ou oraux, entre La Régie Publicitaire d'une part, et l'Annonceur et/ou le Mandataire d'autre part.

20.3 Le fait, par l'une des parties, de ne pas exiger à un moment quelconque l'exécution stricte par l'autre partie d'une disposition ou condition quelconque de la présente convention, ne sera pas réputé constituer une renonciation définitive à l'exercice de ce droit.

20.4 La Régie Publicitaire se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales et le notifiera à l'Annonceur, ainsi qu'au Mandataire le cas échéant, par courrier recommandé avec accusé de réception par voie postale ou électronique (au choix de La Régie Publicitaire) en respectant un préavis de deux (2) mois, sauf disposition contraire du Contrat. Si cette modification ne recueille pas l'accord de l'Annonceur, il pourra procéder, durant ce préavis de deux mois, à l'annulation d'une Campagne déjà enregistrée par l'envoi d'un courrier recommandé avec accusé de réception, à condition toutefois que sa date de mise en ligne soit éloignée de plus de cinq (5) jours ouvrés de la date de réception par La Régie Publicitaire de ce courrier recommandé. A défaut d'annulation, l'Annonceur, ou le Mandataire le cas échéant, sera réputé avoir accepté les modifications. En conséquence, les nouvelles conditions s'appliqueront au terme du préavis précité.

20.5 Toute contradiction entre les annexes et les présentes conditions générales se résout au profit de ces dernières.

Conditions générales de vente de l'offre publicitaire sur le moteur de recherche GALLERY

SFR est un opérateur de téléphonie mobile proposant notamment à ses clients un accès à l'internet mobile. Dans ce cadre, SFR propose à des éditeurs le référencement de leurs services WAP sur le Moteur de Recherche Gallery, au sein duquel sont commercialisés des espaces publicitaires proposés aux annonceurs dans les conditions exposées ci-après.

Il est précisé que les annonceurs éligibles à l'offre publicitaire sur le Moteur de Recherche Gallery doivent être éditeur d'un ou plusieurs sites wap référencés par SFR sur le moteur de recherche « Gallery » ou d'un ou plusieurs services SMS+ Premium SFR.

Définitions :

Annonceur : toute personne physique ou morale justifiant d'un numéro SIRET et éditant un service accessible sur le Moteur de Recherche Gallery SFR ou un service SMS+ Premium qui, pour les besoins de son activité professionnelle, souhaite acheter pour une durée déterminée un Espace Publicitaire en vue de réaliser une Campagne.

Brief Annonceur : Ensemble des éléments communiqués par l'Annonceur et/ou son Mandataire à la Régie publicitaire pour permettre la mise en ligne de sa Campagne.

Campagne : campagne publicitaire réalisée par l'Annonceur et/ou son Mandataire et prenant notamment la forme d'une bannière ou d'une diffusion de liens sponsorisés sur le Moteur de Recherche Gallery SFR, laquelle nécessite le choix de mots clés par l'Annonceur et/ou son Mandataire (cf. annexe 2). Ces messages publicitaires sont destinés à promouvoir le service édité par l'Annonceur sur Gallery ou le service d'inscription à une offre SMS+ Premium mise en place par l'Annonceur.

Code(s) de service : Désigne(nt) le ou les nom(s) de Service choisi(s) par l'Éditeur de services pour identifier son Service tant dans Gallery que dans sa communication, conformément aux règles de nommage du service Gallery.
Contrat : Le Contrat entre la Régie Publicitaire d'une part, et l'Annonceur et/ou le Mandataire d'autre part, se compose des présentes conditions générales et de l'Ordre de Diffusion dûment complété par l'Annonceur et/ou le Mandataire.

Espaces Publicitaires : emplacements disponibles sur le Moteur de Recherche Gallery SFR définis dans l'annexe 1 permettant de réaliser une Campagne. Ces emplacements pourront être matérialisés sous plusieurs formes et sont susceptibles d'évolution à l'initiative de SFR.

Group d'Annonceurs : Sont réputées constituer un Group d'Annonceurs, toutes les sociétés de même groupe qui achètent de l'Espace Publicitaire et sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% par une même personne physique ou morale au 1er janvier de l'année d'adhésion au Contrat.

Mandataire : est reconnu Mandataire d'un Annonceur toute personne physique ou morale disposant d'un mandat écrit établi dans le respect des dispositions de la loi du 29 janvier 1993, dite loi Sapin, ou tout texte qui s'y substituerait ou la compléterait.

Ordre de Diffusion : désigne le document préparé et émis par la Régie Publicitaire puis souscrit par l'Annonceur et/ou son Mandataire et traduisant l'accord auquel sont parvenues les parties suite à la demande de réservation de l'Espace Publicitaire émise par l'Annonceur et/ou son Mandataire et en fonction des disponibilités d'Espaces Publicitaires. Ce document est un bon de commande qui engage les deux parties.

Page Vue Avec Publicité ou PAP : page Wap du Moteur de Recherche Gallery SFR contenant au moins un message publicitaire (lien sponsorisé, bandeau publicitaire...) dans le cadre de la Campagne.

Requête : désigne une saisie utilisateur lors d'une recherche d'informations dans la fenêtre de recherche de Gallery.

Régie Publicitaire : Désigne SFR ou toute société mandatée par SFR qui propose les Espaces Publicitaires aux Annonceurs.

Article 1 – OBJET

Les présentes conditions générales de vente ont pour objet de définir, d'une part, les conditions et modalités selon lesquelles la Régie Publicitaire met à la disposition de l'Annonceur un Espace Publicitaire sur le Moteur de Recherche Gallery et, d'autre part, les engagements, droits et obligations de chacune des parties.

Toutes les ventes d'Espaces Publicitaires réalisées par la Régie Publicitaire sont exclusivement soumises aux présentes conditions générales de vente, au barème de prix applicable et à l'Ordre de Diffusion, à l'exclusion de tout autre document émanant de l'Annonceur et/ou du Mandataire, sauf dérogation formelle écrite et expresse de la part de SFR.

Article 2 - DEMANDE DE RESERVATION

L'Annonceur et / ou son Mandataire adresse à la Régie Publicitaire une demande de réservation d'Espace Publicitaire sur le Moteur de Recherche Gallery SFR pour une Campagne souhaitée. La Régie Publicitaire enregistre les réservations en fonction des disponibilités et remet ensuite à l'Annonceur et / ou à son Mandataire un Ordre de Diffusion qui confirme tout ou partie des disponibilités par rapport à la demande initiale.

Une réservation confirmée par la mise à disposition d'un Ordre de Diffusion est valable jusqu'à 2 (deux) jours ouvrés avant la date prévue dans le planning de remise du Brief Annonceur : si, au-delà de ce délai, l'Ordre de diffusion n'a pas été accepté et remis signé par l'Annonceur ou le Mandataire, la réservation devient caduque et la Régie Publicitaire est libre de céder l'Espace Publicitaire concerné à un tiers.

Article 3 – VALIDATION/ANNULATION D'UN ORDRE DE DIFFUSION

3.1 Signature de l'Ordre de Diffusion

L'Ordre de Diffusion est rédigé et émis par la Régie Publicitaire. Le Contrat sera conclu entre les parties dès lors que l'Ordre de Diffusion aura été dûment signé et daté pour accord par l'Annonceur ou son Mandataire et retourné à la Régie Publicitaire par télécopie ou courrier au plus tard 2 (deux) jours ouvrés avant la date prévue dans le planning de remise du Brief Annonceur;

Tout Ordre de Diffusion signé par l'Annonceur et/ou son Mandataire implique qu'il ait pris connaissance et qu'il ait accepté les présentes conditions générales de vente et le barème de prix applicable.

3.2 Annulation d'un Ordre de Diffusion

A l'exception d'un accord spécifique conclu entre les parties, un Ordre de Diffusion ne peut être annulé par l'Annonceur et/ou son Mandataire en cours d'exécution (c'est à dire durant la période de diffusion de la Campagne).

Pour être acceptées, les demandes d'annulation ou de report devront être notifiées par écrit 30 jours ouvrés avant la date de mise en ligne de la Campagne. Ce délai peut être réduit à 15 jours ouvrés si 100% du budget est réinvesti sur le même support dans le mois suivant la date de mise en ligne de la Campagne initialement prévue. Dans les autres hypothèses, le montant de la Campagne sera facturé en totalité. L'Espace Publicitaire annulé par l'Annonceur et/ou le Mandataire est de nouveau à la disposition de la Régie Publicitaire.

Si le Brief Annonceur et l'ensemble des éléments techniques pour une Campagne n'ont pas été transmis à la Régie Publicitaire aux dates indiquées dans le planning de remise des éléments, l'Ordre de Diffusion sera considéré comme caduc et, le montant de la Campagne sera facturé en totalité.

Article 4 – MANDAT

Dans le cas de la signature d'un Ordre de Diffusion par un Mandataire, une attestation de mandat à en-tête de l'Annonceur signée par ce dernier et son Mandataire devra accompagner l'Ordre de Diffusion renvoyé signé et préciser l'étendue de la mission confiée au Mandataire.

Dans l'hypothèse où le Mandataire s'est vu confier un mandat financier, un double de la facture lui sera envoyé, l'original étant adressé à l'Annonceur, conformément à l'article 20 de la loi du 29 janvier 1993, dite Loi Sapin.

Article 5 - CLAUSE D'EXCLUSIVITE

Il n'est accordé aucune exclusivité sous quelque forme que ce soit à l'Annonceur et/ou au Mandataire.

Article 6 - CONTENU DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

6.1 Licéance

L'Annonceur concède à titre gracieux à la Régie Publicitaire le droit irrévocable d'accéder, d'afficher, d'utiliser, de reproduire, de représenter tout ou partie (visuels, logos...) des bannières, liens sponsorisés ou autres éléments d'affichage proposés dans le cadre de la Campagne, et ce pour les besoins de l'exécution des présentes ou pour la promotion de l'activité de la Régie Publicitaire.

6.2 Responsabilité et garantie de l'Annonceur et/ou du Mandataire

La publicité paraît sous la seule responsabilité de l'Annonceur. En particulier, l'Annonceur garantit faire son affaire personnelle de tous les droits et autorisations nécessaires pour la diffusion de sa Campagne et pour toutes exploitations ultérieures, y compris s'il a donné mandat à un tiers de réaliser ces tâches.

L'Annonceur garantit que sa Campagne ne contrevient à aucune loi, réglementation et/ou norme en vigueur applicable, notamment celles concernant la publicité, la propriété intellectuelle, l'utilisation de la langue française, la collecte des données personnelles, ni à aucun droit des tiers (droits de la personnalité, droit de propriété intellectuelle, dénomination sociale, nom commercial, nom de domaine), ni aux codes de déontologie professionnelle. L'Annonceur garantit la Régie Publicitaire contre tout recours et/ou action que pourrait intenter toute personne physique ou morale, et ce pour quelle que cause que ce soit, du fait de la diffusion des messages publicitaires de l'Annonceur sur le Moteur de Recherche Gallery SFR ou du fait du choix des mots clés qu'il a opérés. En conséquence, il s'engage à prendre à sa charge les frais occasionnés par toute action, judiciaire ou extra judiciaire, intentée par un tiers à l'encontre de la Régie Publicitaire, et par toute transaction ainsi que toute indemnité pouvant résulter de ces actions ou transactions.

La Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une Campagne, ou d'annuler une Campagne en cours, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puisse prétendre à aucune indemnité de ce fait :
- quand, par sa nature, son texte, sa présentation ou le choix des mots clés, elle (i) serait susceptible de provoquer des protestations de toute personne, notamment au motif qu'elle serait contraire aux bonnes mœurs, porterait atteinte à la dignité humaine, inciterait à la discrimination, à la haine, à la violence, au racisme, etc... ou (ii) pourrait être contraire à toutes lois ou réglementations en vigueur, notamment celles relatives à la publicité et à la propriété intellectuelle ;
- ne concernant pas directement et exclusivement les domaines et les produits ou services mentionnés dans le Brief Annonceur, ou dont la rédaction est substantiellement différente de celle figurant dans le Brief Annonceur
- n'étant pas en conformité avec le contrat de référencement Gallery ou le contrat SMS+ Premium auquel est partie l'Annonceur (règles régissant le contenu, règles de déontologie, charte de communication etc...);
- ne reflétant pas strictement la catégorie du service édité par l'Annonceur lorsque ledit service appartient à la catégorie « Tout public » ou « 12+ »,
dont le contenu serait susceptible de nuire à l'image ou aux intérêts commerciaux de SFR, et notamment les messages visant à promouvoir l'activité de ses concurrents dans le domaine de la téléphonie fixe ou mobile.

Si dans le cas où la Régie Publicitaire refuserait à l'Annonceur la diffusion de sa Campagne pour l'un quelconque des motifs indiqués ci-dessus, l'Annonceur en sera informé au maximum 24 heures après la date de remise des Briefs Annonceurs (cf. annexe 3). Pour bénéficier de l'Espace Publicitaire initialement prévu, l'Annonceur et/ou le Mandataire devra proposer une nouvelle version de la Campagne dans un délai de 24 heures.

S'il décide de ne pas proposer de nouvelle Campagne, les sommes facturables resteront dues.

En cas de modifications des services et du contenu du site promu par l'Annonceur pendant la Campagne rendant le choix des mots clés inadapté, la Régie Publicitaire se réserve le droit de suspendre la Campagne, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puisse prétendre à aucune indemnité de ce fait, et en avertira ceux-ci. Dans cette hypothèse, les sommes facturables resteront dues.

Si l'Annonceur est dépublié deux (2) fois pour l'un quelconque des motifs évoqués ci-dessus, La Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une troisième Campagne.

Article 7 – MODIFICATION DES ESPACES PUBLICITAIRES

Les caractéristiques des Espaces Publicitaires répondent à des critères bien précis qui sont susceptibles d'évoluer. Le descriptif précis des Espaces Publicitaires se trouve en annexe 1 : « Espaces Publicitaires disponibles » des présentes conditions générales de ventes. En cas de modification substantielle des Espaces Publicitaires, l'Annonceur en sera informé au moins dix (10) jours ouvrés avant la date de mise en ligne prévue de sa Campagne. Dans ce cas, il aura la possibilité d'annuler la diffusion de sa Campagne dans les 2 (deux) jours suivant la notification de modification reçue par courrier électronique. Au-delà, son acceptation des modifications sera considérée comme totale.

Article 8 – MODALITES D'INTEGRATION TECHNIQUE

8.1 Conformité des éléments techniques d'une Campagne

L'ensemble des éléments techniques pour une Campagne (texte des liens publicitaires, url de redirection, visuels, etc...) devra parvenir au plus tard à la date de remise du Brief Annonceur.

Suite à une notification de non-conformité des éléments techniques, l'Annonceur et/ou le Mandataire devra procéder aux modifications nécessaires pour se mettre en conformité dans un délai de 24 heures. Au-delà de ce délai, la diffusion de la Campagne n'est plus garantie et sera reportée ou annulée. L'Annonceur et/ou le Mandataire en étant averti, et l'intégralité du montant de l'Espace Publicitaire restant dû par l'Annonceur et/ou le Mandataire.

Si l'url de la publicité ne fonctionne pas pour des raisons techniques dépendantes de SFR, l'url ne sera pas mise en production, et l'Annonceur sera informé par la Régie Publicitaire des raisons techniques ayant motivé cette décision. L'Ordre de Diffusion sera alors annulé.

8.2 Promotion de service SMS+ Premium :

Les liens ou bandeaux publicitaires destinés à promouvoir un service SMS+ Premium devront diriger vers la page WAP d'inscription au dit service.

L'Annonceur a l'obligation d'insérer sur cette page d'inscription un lien retour qui devra être présent durant toute la Campagne et devra ne plus être présent le lendemain du dernier jour de la diffusion de la Campagne. Le nom du lien retour devra impérativement être « Accueil Gallery » et ce lien devra pointer vers la page d'accueil du moteur de recherche Gallery SFR.

8.3 Url de redirection

La racine de l'url de redirection doit être identique à celle déclarée chez SFR pour le service Gallery ou SMS+ Premium déjà en production. Toute modification des paramètres de l'url telle qu'enregistrés par SFR est de la seule responsabilité de l'Annonceur.

La Régie Publicitaire ne garantit pas de support technique aux annonceurs et les conséquences éventuelles sur le bon fonctionnement du service des modifications de l'url, des paramètres de l'url ou de la mise en place d'un lien retour, sont à la charge et sous la seule et unique responsabilité de l'annonceur.

8.4 Compatibilité terminaux Gallery

L'Annonceur s'engage dans le respect des obligations de son contrat de référencement Gallery SFR à s'assurer que le service qu'il édite est compatible avec l'ensemble des terminaux des utilisateurs SFR.

8.5 Fonctionnalités du site

Lors de la remise du Brief Annonceur à la Régie Publicitaire, l'ensemble des fonctionnalités du site promu dans le cadre de la Campagne doivent être actives, en particulier le lien retour vers Gallery.

Article 9 - QUALITE DE SERVICE

Les Annonceurs devront impérativement se conformer aux conditions de qualité de service applicables à leurs services que prévoit leur contrat Gallery ou leur contrat SMS+ Premium.

En cas de manquement constaté par SFR à ses obligations de qualité de service, l'Annonceur recevra une notification par courrier électronique : si dans les deux jours il ne remédie pas au manquement constaté, la Régie Publicitaire se réserve le droit d'annuler la Campagne de l'Annonceur et en avertira ce dernier, les sommes facturables restant dues.

Si, suite à une annulation de Campagne, l'Annonceur souhaite à nouveau insérer des messages publicitaires dans les pages du moteur de recherche Gallery, la Régie Publicitaire se réserve le droit de faire un test approfondi du site avant la mise en ligne desdits messages publicitaires. Si la Campagne d'un Annonceur est annulée à deux reprises sous non respect de ses obligations de qualité de service, la Régie Publicitaire se réserve le droit de refuser une troisième Campagne.

Article 10 - CONDITIONS FINANCIERES

10.1 Tarifs des espaces publicitaires

La vente des Espaces Publicitaires sur le Moteur de Recherche Gallery SFR est réalisée sur la base du tarif en vigueur à la date de l'Ordre de Diffusion signé par l'Annonceur et/ou le Mandataire. Le tarif actuel figure en annexe 4.

Il est susceptible de modifications. L'Annonceur et/ou le Mandataire aura la possibilité d'annuler la diffusion de la Campagne dans les deux jours suivant la notification des nouveaux tarifs qui lui sera faite. Les modifications seront opposables à l'Annonceur et au Mandataire à l'issue d'un délai de 15 jours suivant la notification qui lui en sera faite.

10.2 Facturation

Si l'Annonceur a désigné un Mandataire, l'Annonceur et le Mandataire sont solidairement responsables du paiement de la totalité des sommes dues à La Régie Publicitaire.

La facturation des Espaces Publicitaires est réalisée sur la base d'un système de coût pour mille pages vues avec publicité (CPM PAP). La facture sera adressée à l'Annonceur sur la base des statistiques relatives aux Campagnes avec un plafond de 180%. L'Annonceur et/ou le Mandataire reconnaît et accepte que les statistiques CPM PAP enregistrées par SFR sur la Campagne font office de données officielles, contractuelles et définitives entre la Régie Publicitaire d'une part, et l'Annonceur et/ou le Mandataire d'autre part.

Le tarif est soumis à la T.V.A aux taux en vigueur à la date de facturation.

Article 20 – Divers

20.1 Si l'Annonceur a désigné un Mandataire, La Régie Publicitaire rendra compte à l'Annonceur des conditions de diffusion de la Campagne dans le mois suivant la fin de la Campagne

20.2 Le Contrat annule et remplace tous accords, propositions et communications antérieures, écrits ou oraux, entre la Régie Publicitaire d'une part, et l'Annonceur et/ou le Mandataire d'autre part.

20.3 Le fait, par l'une des parties, de ne pas exiger à un moment quelconque l'exécution stricte par l'autre partie d'une disposition ou condition quelconque de la présente convention, ne sera pas réputé constituer une renonciation définitive à l'exercice de ce droit.

20.4 La Régie Publicitaire se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales et le notifiera à l'Annonceur, ainsi qu'au Mandataire le cas échéant, par courrier recommandé avec accusé de réception par voie postale ou électronique (au choix de la Régie Publicitaire) en respectant un préavis de deux (2) mois, sauf disposition contraire du Contrat. Si cette modification ne recueille pas l'accord de l'Annonceur, il pourra procéder, durant ce préavis de deux mois, à l'annulation d'une Campagne déjà enregistrée, et ce par l'envoi d'un courrier recommandé avec accusé de réception, à condition toutefois que sa date de mise en ligne soit éloignée de plus de cinq (5) jours ouvrés de la date de réception par la Régie Publicitaire de ce courrier recommandé. A défaut d'annulation, l'Annonceur, ou le Mandataire le cas échéant, sera réputé avoir accepté les modifications. En conséquence, les nouvelles conditions s'appliqueront au terme du préavis précité.

20.5 Toute contradiction entre les annexes et les présentes conditions générales se résout au profit de ces dernières.

Les factures sont payables au siège de l'émetteur de la facture, à savoir SFR ou sa régie publicitaire. Elles sont adressées à l'Annonceur avec remise d'un double, le cas échéant, au Mandataire.

Les factures sont payables à trente (30) jours fin de mois à compter de la date de la facture.

Sauf convention contraire, les paiements devront être effectués par virement bancaire crédité sur les comptes de l'émetteur de la facture (frais de virement restant à la charge de l'Annonceur et/ou du Mandataire.)

Tout défaut de paiement partiel ou total de toute somme due par l'Annonceur à l'échéance, donnera lieu de plein droit, après mise en demeure préalable envoyée par courrier avec accusé de réception restée infructueuse pendant huit (8) jours, à la facturation par jour de retard d'un intérêt de retard égal à une fois et demi le taux d'intérêt légal. La mise en demeure précitée a pour effet de rendre toutes les sommes non échues de plein droit immédiatement exigibles.

L'Annonceur ou le Mandataire est tenu de soumettre par écrit à la Régie Publicitaire toutes réclamations ou contestations relatives au montant facturé dans un délai de soixante (60) jours à compter de cette facturation. A défaut, il sera réputé avoir renoncé à ladite réclamation ou contestation.

Article 11 – Suspension - Résiliation

Dans l'hypothèse où l'Annonceur et/ou le Mandataire manquerait à l'une quelconque de ses obligations, la Régie Publicitaire peut le mettre en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception de remédier à ce manquement. Si l'Annonceur et/ou le Mandataire n'a pas remédié au manquement constaté, la Régie Publicitaire est libre de suspendre la Campagne dans les deux (2) jours suivant la réception de la mise en demeure ou de résilier le Contrat dans les quinze (15) jours suivant la réception de la mise en demeure sans préjudice des dommages-intérêts éventuellement dus de ce fait. Dans l'hypothèse d'une suspension et pendant toute sa durée, l'Annonceur reste tenu du paiement des sommes dues au titre de la Campagne.

Le Contrat peut être résilié de plein droit par la Régie Publicitaire et sans préavis, sans que l'Annonceur et/ou le Mandataire ne puisse prétendre à une quelconque indemnisation dans les cas suivants :

- à compter du jour où dans le cadre de la mise en œuvre d'une procédure de redressement judiciaire ouverte à l'encontre de l'Annonceur et/ou du Mandataire, l'administrateur judiciaire se prononce, implicitement ou explicitement, en application de l'article 37 de la loi n° 85-98 du 25 janvier 1985, en faveur de la non-continuation du Contrat,
- à compter du jour du jugement de liquidation, en cas de conversion de la procédure de redressement judiciaire visée ci-dessus.

La Régie Publicitaire se réserve le droit de suspendre ou annuler une Campagne programmée ou en cours suite à la suspension ou la résiliation du contrat de référencement Gallery ou du contrat SMS+ Premium auquel est partie l'Annonceur. Les sommes dues au titre d'une Campagne déjà commencée au jour de la suspension ou de la résiliation resteront dues en totalité.

Article 12 – Confidentialité

Chaque partie est tenue de garder strictement confidentielles et d'observer le plus strict secret des affaires concernant l'autre partie et de ne pas divulguer à des tiers à titre onéreux ou gratuit ou sous quelle que forme que ce soit, les informations concernant l'autre partie et celles relatives au Contrat, sauf autorisation écrite et préalable de l'autre partie désignant le ou les bénéficiaires de l'information ainsi que son contenu, et ce, pendant toute la durée de la Campagne et pendant une durée de deux (2) ans après son expiration, quelle qu'en soit la cause.

Article 13 – Exclusions et limitations de responsabilité

La Régie Publicitaire ne donne aucune garantie et exclut toute responsabilité relativement au succès de la Campagne ou aux résultats obtenus à cette occasion et à l'utilisation des Espaces Publicitaires et au choix des mots clés dans le cadre de la Campagne, notamment au regard des droits de propriété intellectuelle.

Dans tous les cas, la Régie Publicitaire ne saurait être responsable des dommages ou pertes indirects, tels que notamment pertes de chiffres d'affaires liés à un dysfonctionnement technique, notamment de ses plates-formes.

S'agissant des dommages directs, la responsabilité de la Régie Publicitaire ne pourrait excéder le prix de la Campagne payé par l'Annonceur et/ou le Mandataire.

Article 14 – Assurances

Chaque partie déclare être titulaire d'une police d'assurance garantissant sa responsabilité civile professionnelle. Chaque partie supporte les primes et franchises des polices d'assurance qu'elle a souscrites et, à première demande de l'autre partie, s'engage à lui communiquer toutes attestations d'assurances en rapport avec le Contrat.

Article 15 – Force majeure

Aucune des parties ne pourra être tenue responsable d'un manquement quelconque à ses obligations au titre du Contrat, si un tel manquement résulte d'une décision gouvernementale, en ce compris le retrait ou la suspension de l'une des autorisations accordées à SFR, d'un incendie, d'un état de guerre déclarée, d'une guerre civile, d'actes de terrorisme ou d'une grève nationale, et plus généralement tout autre événement de force majeure présentant les caractéristiques définies par la jurisprudence de la Cour de Cassation.

La partie affectée dans l'exécution de ses obligations par la survenance d'un cas de force majeure doit immédiatement avertir l'autre partie de la survenance d'un cas de force majeure. Les parties s'efforcent alors de prendre les mesures propres à pallier les conséquences de cet événement.

Toutefois, en cas de persistance de l'événement au-delà de un (1) mois, le Contrat peut être rompu par la partie la plus diligente, sans qu'aucune indemnité ne soit due par elle à l'autre partie à ce titre.

Article 16 – Cession et changement de contrôle

Le Contrat étant conclu en considération de la personne de l'Annonceur, l'Annonceur s'interdit formellement, sous peine de résiliation immédiate et sans préavis, de céder, transférer sous quelque forme que ce soit, à titre onéreux ou gratuit, tout ou partie des droits et obligations résultant du Contrat sans l'accord préalable et écrit de la Régie Publicitaire. Si en cours d'exécution du Contrat un changement de propriétaire ou un transfert de l'exploitation intervient chez l'Annonceur, ce dernier est tenu de s'assurer de l'exécution jusqu'à leur terme des dispositions du Contrat et en reste personnellement garant.

Article 17 - Règlement des litiges

Le Contrat est soumis au droit français.

Tous différends découlant du Contrat doivent, en premier lieu, et dans toute la mesure du possible, être réglés au moyen de négociations amiables entre les parties.

A défaut d'un accord amiable entre les parties dans un délai de un (1) mois à compter de la lettre recommandée avec accusé de réception initialisant les négociations et adressée par la partie la plus diligente les dispositions ci après s'appliquent.

Tous différends liés à l'interprétation ou à l'exécution du présent Contrat seront soumis à la compétence expresse du Tribunal de Commerce de Paris, nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie, même pour les procédures d'urgence ou les procédures conservatoires, en référé ou par requête.

Article 18 – Nullité

Si une ou plusieurs stipulations du Contrat sont tenues pour non valides ou déclarées telles en application d'une loi, d'un règlement ou à la suite d'une décision définitive d'une juridiction compétente, les autres stipulations du Contrat garderont toute leur force et leur portée.

Les parties conviennent alors de remplacer la clause déclarée nulle et non valide par une clause qui se rapprochera le plus quant à son contenu de la clause initialement arrêtée.

Article 19 – Notifications

Les correspondances entre les parties sont effectuées par écrits signés par une personne dûment habilitée par la partie concernée.

Les correspondances à l'attention de SFR devront être envoyées à l'adresse ci-dessous :

SFR - Tour Séquoia,
SFR REGIE
1, place Carpeaux
92915 Paris La Défense.

Ou bien, lorsque le Contrat le prévoit, à l'adresse électronique suivante : regie.publicitaire@fr.sfr.com

Les notifications comportant un préavis doivent être adressées par lettre recommandée avec avis de réception port payé. Sauf disposition contraire, les délais prévus au Contrat courent à compter de la date de première présentation de ladite notification.

Conditions générales de vente PromosLive

CONDITIONS GENERALES DE REFERENCEMENT ET DE PARTENARIAT DANS LE CADRE DE PROMOSLIVE SFR

SOCIETE FRANCAISE DU RADIOTELEPHONE (SFR), Société anonyme
Capital de 1.345.144 260,15 €Euros,
RCS de Paris 403 106 537
Siège administratif : 1, place Carpeaux 92915 Paris La Défense
Siège social : 42, avenue de Friedland 75 008 Paris,

PREAMBULE

SFR exploite des réseaux de télécommunications sur le territoire français dans le cadre d'autorisations d'exploitation attribuées par le ministre chargé des télécommunications.
SFR édite un **Service dénommé « PROMOSLIVE SFR »** permettant à des partenaires de proposer des promotions, réductions, cadeaux et avantages significatifs (**ci-après dénommés « les Offres »**) sur l'achat de produits et services à toute personne disposant d'un téléphone mobile activé sur un réseau GSM/GPRS déployé en France Métropolitaine.
Dans ce cadre, SFR a procédé à la recherche de partenaires intéressés à utiliser le Service **PROMOSLIVE SFR** pour promouvoir leurs services et/ou produits et développer sa clientèle en utilisant un nouveau mode de promotion de ces services et/ou produits.

ARTICLE 0: DEFINITIONS

« **Partenaire** » : désigne la personne morale souhaitant promouvoir une ou plusieurs Offres sur le Service PromosLive SFR.
« **Partenaire biens culturels** » : tout partenaire dont l'activité principale est la vente de biens culturels (musique, vidéo, livres, jeux, jeux vidéo...)
« **Partenaire événements culturels ou sportifs** » : tout partenaire dont l'activité principale est la vente d'événements culturels ou sportifs (organisateur de soirées, festivals, événements sportifs, concerts, théâtre...)
« **Utilisateurs** » : Désigne toute personne utilisant le Service PromosLive SFR, étant précisé que l'accès aux Offres des Partenaires est possible à toute personne cliente de SFR en accédant au Service via le portail WAP SFR dont Vodafone Live ou aux clients, des 2 autres opérateurs de téléphonie mobile de France métropolitaine, qui pourront recevoir de la part d'un abonné SFR par SMS ou MMS les Offres du Service PromosLive SFR. De plus, les clients SFR peuvent s'inscrire sur le service depuis le portail WAP de SFR ou depuis le site web SFR www.SFR.fr afin de recevoir par SMS et/ou MMS des Offres dans le domaine de leur choix.
« **PromosLive SFR** » : Désigne le Service qui permet aux clients SFR de rendre depuis leur mobile SFR sur le portail WAP SFR dans la rubrique du Service de bénéficier d'offres promotionnelles accordées par les Partenaires et de transmettre ces Offres par MMS/SMS à leur entourage équipé d'un téléphone mobile SFR.
« **Offres** » : Promotions, réductions, cadeaux et/ou avantages proposés par les Partenaires aux Utilisateurs dans le cadre du Service PromosLive SFR dont :
« **Offre promotionnelle** » : offre d'un partenaire offrant à chaque utilisateur PromosLive (dans les limites de temps et de quantité fixées) : une réduction sur un achat, une prime liée à l'achat d'un produit, l'invitation à participer à un événement promotionnel, une offre de remboursement différé, un traitement privilégié, la réception d'un échantillon, la participation à un jeu se déroulant sur un autre support que PromosLive ou tout autre bénéfice qu'une marque souhaiterait proposer aux clients PromosLive.
« **Offre dotée** » : offre permettant de gagner une dotation de valeur, offerte sans obligation d'achat dans le cadre d'un jeu concours organisé directement sur le service PromosLive. La valeur des dotations minimum demandée est basé sur la valeur indicative grand public TTC. La gestion des dotations sera effectuée par SFR ou ses partenaires désignés.
« **Bon de commande** » : Désigne le document formalisant l'entier accord du Partenaire sur les termes des présentes conditions générales, précisant les engagements spécifiques du Partenaire et décrivant les Offres proposées par le Partenaire, leur périodicité et durée de diffusion dans le cadre du service PromosLive SFR ainsi que les tarifs facturés par SFR pour la diffusion des Offres auprès des Utilisateurs dans le cadre du service PromosLive SFR.
« **Portail WAP SFR** » : Portail d'informations et de contenus accessibles depuis le mobile SFR.
« **Contrat** » : Le contrat entre SFR et le Partenaire se compose des éléments suivants cités dans l'ordre décroissant de leur valeur juridique :
- Les présentes Conditions Générales
- Le bon de commande

ARTICLE 1 : OBJET

Les présentes Conditions ont pour objet de définir les conditions dans lesquelles le Partenaire accède aux Utilisateurs et s'engage à réaliser des Offres spécifiques du Service **PROMOSLIVE SFR** et à les promouvoir dans les conditions définies au Contrat, en contrepartie de la gestion technique par SFR du Portail WAP SFR du Service **PROMOSLIVE SFR** et de la promotion dudit Service **PROMOSLIVE SFR** auprès des clients SFR.

ARTICLE 2 : DUREE

Le Contrat prend effet à la date de signature de l'Accord de Partenariat.
Il est conclu pour la période de diffusion des Offres du Partenaire.
Néanmoins, à l'issue de la diffusion les stipulations des articles 3, 8, et 11 restent applicables, ce que le Partenaire reconnaît et accepte.

ARTICLE 3 : ENGAGEMENTS DU PARTENAIRE

3.1. Le Partenaire déclare avoir pris toute la mesure des besoins exprimés par SFR et s'engage à prendre toutes les dispositions utiles pour assurer la mise en place en temps voulu des moyens et actions nécessaires à l'exécution des présentes dans les meilleures conditions.
Pendant la durée des présentes, Le Partenaire s'engage à réaliser les Offres acceptées par SFR et ce dans le strict respect des lois et réglementations en vigueur, des délais convenus par les Parties et des contraintes notamment techniques liées au service PromosLive SFR.
Le Partenaire s'engage à proposer des Offres simples et attrayantes constituant un avantage substantiel pour les Utilisateurs de manière à ce que les Offres proposées aux Utilisateurs soient au meilleur niveau des offres promotionnelles du Partenaire au moment, en terme de prix et de produit/service, et ce dans des stocks permettant de répondre à la demande de tous les Utilisateurs intéressés.
Le Partenaire est seul et unique responsable de l'ensemble des communications relatives aux Offres ainsi que de leurs contenus.
A cet effet, il s'engage à fournir à SFR toutes les informations et éléments nécessaires à leur diffusion dans le cadre du Service PromosLive SFR et à valider par mail (mail de bon à tirer du Partenaire), les communications PromosLive SFR relatives à l'Offre. Sans validation du Partenaire, SFR ne diffusera pas l'Offre, ce que le Partenaire reconnaît et accepte.
3.3. Une fois l'utilisateur en possession des éléments (par exemple du Code) lui permettant de bénéficier de l'Offre, le Partenaire s'engage à faire bénéficier l'utilisateur de l'Offre proposée.
Le Partenaire est seul responsable de la bonne exécution du contrat (d'achat) qu'il conclut avec les Utilisateurs. Il est tenu à ce titre d'une obligation de résultat et s'engage à prendre en charge toute contestation, tout litige né de l'exécution dudit contrat.
3.4. Le Partenaire s'engage à assurer un traitement des Utilisateurs a minima équivalent à tout autre client.

ARTICLE 4 : ENGAGEMENTS DE SFR

4.1. SFR s'engage à mettre en place et à maintenir l'ensemble des outils techniques permettant aux Utilisateurs d'accéder à l'Offre/aux Offres pendant les dates de diffusion des Offres définies dans l'Accord de Partenariat. A cet effet, SFR met en œuvre ses moyens.
4.2. SFR pourra communiquer les Offres du Partenaire uniquement auprès des clients ayant préalablement manifesté leur consentement en s'inscrivant au Service.

ARTICLE 5 : RESPONSABILITE

Le Partenaire est tenu à une obligation de résultat au titre de l'ensemble des prestations mises à sa charge au terme du présent Contrat.
Le Partenaire garantit SFR contre toute réclamation, recours, action que pourrait intenter tout Utilisateur ainsi que les ayants-droit dudit Utilisateur du fait du contrat conclu avec le Partenaire mais aussi toute personne physique ou morale et notamment le/les auteur(s) de la marque et/ou du logo, et/ou des photographies et/ou des visuels, qui prétendrait détenir un droit quelconque sur la marque, logo, photographies, visuels transmis par le Partenaire, ou qui s'estimerait lésé par l'utilisation qui en est faite par SFR et s'engage à faire son affaire, à avancer et/ou rembourser toutes sommes qu'elle qu'en soit la nature, que SFR serait amenée à verser du fait d'un litige (y compris les honoraires d'avocats).

ARTICLE 6:

DROIT D'UTILISATION ET PROPRIETE INTELLECTUELLE

6.1. Le Partenaire garantit à SFR avoir pris toutes mesures nécessaires pour lui permettre une utilisation et une exploitation paisibles des droits qui lui sont concédés au terme du présent contrat. A cet effet, Le Partenaire se charge notamment d'obtenir les autorisations nécessaires et notamment des photographes et modèles des photographies que Le Partenaire fournit à SFR, des auteurs des visuels, quels qu'ils soient fournis par Le Partenaire à SFR, etc ...
Ainsi, Le Partenaire concède à SFR pour la durée du présent contrat un droit de représentation, de reproduction, de tout ou partie des photographies et visuels fournis à SFR par le Partenaire, ainsi que de la marque et/ou du logo du Partenaire, dans le cadre de l'exécution des présentes, sur tout support de communication SFR et/ou utilisé par SFR.
Ces droits sont concédés sur tous supports (brochures, sites Internet, Intranet, Portail MMS, WAP....) en vue de la communication relative au Service PROMOSLIVE SFR et aux Offres.
6.2. SFR concède au Partenaire pour la durée des présentes, l'autorisation de reproduire et représenter la marque et/ou le logo **PROMOSLIVE SFR** sur les outils de communications évoqués à l'article 3.2 ci-avant.
Dans ce cadre, SFR garantit Le Partenaire contre tout recours ou action que pourrait intenter toute personne physique ou morale et notamment le/les auteur(s) de la marque et du logo, qui prétendrait détenir un droit quelconque sur ladite marque et/ou ledit logo ou qui s'estimerait lésé par l'utilisation qui en est faite par le Partenaire.
6.3. Il est expressément entendu que chacune des parties reste propriétaire de l'ensemble des droits afférents à ses marques et logos dont chacune conserve la propriété exclusive et qu'en aucun cas les présentes ne peuvent être interprétées comme constituant une cession desdits droits d'une partie au profit de l'autre partie.
6.4. Chacune des parties s'engage à ne pas utiliser la marque et/ou le logo de l'autre partie hors du cadre de l'exécution des présentes sans l'accord exprès de la partie propriétaire.
6.5. En aucun cas, aucune des parties ne pourra, à titre gracieux ou onéreux, céder, licencier, modifier ou altérer de quelque manière que ce soit la marque et/ou le logo de l'autre partie.
6.6. Toutes les reproductions de la marque et/ou du logo **PROMOSLIVE SFR** devront être effectuées par Le Partenaire dans le respect de la Charte graphique fournie par SFR. De même, toutes les reproductions de la marque et/ou du logo du Partenaire devront être effectuées par SFR dans le respect de la Charte graphique fournie par le Partenaire.

ARTICLE 7 :

CONFIDENTIALITE

Chaque partie est tenue de garder strictement confidentiel et d'observer le plus strict secret des affaires concernant l'autre partie et de ne pas divulguer à des tiers à titre onéreux ou gratuit, ou sous quelque forme que ce soit, les informations concernant l'autre partie, sauf autorisation écrite et préalable de l'autre partie, désignant le ou les bénéficiaires de l'information ainsi que son contenu, et ce, pendant toute la durée du présent contrat et les cinq (5) ans qui suivent son expiration.

ARTICLE 8 : SUSPENSION DU SERVICE/ RESILIATION

Dans l'hypothèse où SFR constate que le Partenaire ne respecte pas les termes et conditions d'une ou plusieurs de ses Offres, elle mettra le Partenaire en demeure, par mail et fax ou téléphone, de remédier audit manquement. Si le Partenaire n'a pas remédié au manquement constaté dans l'heure suivant la mise en demeure de SFR, SFR peut suspendre sans délai et de plein droit la diffusion de l'Offre/des Offres concernées jusqu'à complet respect de ses engagements par le Partenaire.
Néanmoins, le non respect des termes de l'une ou plusieurs des Offres du Partenaire constitue un manquement et peut aussi donner lieu selon les modalités ci-après à la résiliation du Contrat à l'initiative de SFR.
En cas de manquement par l'une des parties à l'une quelconque de ses obligations au titre du présent contrat, l'autre partie peut, huit (8) jours après l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception l'invitant à y remédier restée infructueuse, résilier le présent contrat de plein droit et sans formalités judiciaires, sans préjudice de tous dommages et intérêts auxquels elle pourrait prétendre du fait de ce manquement.

ARTICLE 9 : FORCE MAJEURE

La fourniture du Service PromosLive SFR par SFR et/ou le Partenaire peut être interrompue en cas de force majeure. Les cas de force majeure sont ceux retenus par les tribunaux français. En cas de force majeure dont la durée excéderait un (1) mois, le contrat peut être résilié par la Partie qui l'invoque, sans que l'autre Partie puisse prétendre à aucune indemnité.
De convention expresse, sont considérés notamment comme cas de force majeure, les événements naturels (foudre, incendie, inondation, tremblements de terre, l'ordre de l'autorité publique imposant la suspension totale ou partielle du service de radiotéléphonie publique GSM dans les conditions fixées par la législation et le règlementation en vigueur, la cessation de l'exploitation du réseau de radiotéléphonie publique GSM, par décision de l'autorité publique.

ARTICLE 10 : ASSURANCES

Chaque Partie déclare être titulaire d'une police d'assurance couvrant sa responsabilité civile professionnelle et supporte les primes et franchises des polices d'assurance y afférents.

ARTICLE 11 : DISPOSITIONS DIVERSES

11.1. Indépendance des Parties

Le présent Contrat ne peut être interprété comme créant une association, une société en participation, une représentation, un mandat, une franchise, une agence commerciale ou un contrat de travail entre les Parties.

11.2. Correspondance

Toute notification doit être adressée à l'adresse figurant dans la comparaison pour le Partenaire et à l'adresse suivante pour SFR : **Tour Séquoia, 1 Place Carpeaux, 92915 Paris La Défense.**

ARTICLE 12 : DROIT APPLICABLE

Le présent Contrat est régi par le droit français.

ARTICLE 13: REGLEMENT DES LITIGES - ATTRIBUTION DE COMPETENCE

13.1. Tout différend lié à l'interprétation et/ou à l'exécution du présent Contrat doit, en premier lieu, et dans toute la mesure du possible, être réglé au moyen de négociations amiables entre les parties.

13.2. A défaut d'un accord amiable entre les parties dans un délai d'un mois à compter de la date de première présentation de la lettre recommandée avec avis de réception notifiant la difficulté en cause, tout différend est soumis aux tribunaux compétents de Paris