

Conditions générales de vente Culture G

Article 1 – Application des conditions générales de vente

La souscription d'un ordre de réservation par un annonceur ou son mandataire auprès de Culture G implique l'acceptation pleine et entière des présentes conditions générales de vente, conditions commerciales, et des tarifs en vigueur.

Article 2 – Définitions

Le mandataire s'entend de l'intermédiaire qui se porte acquéreur de l'espace publicitaire par mandat exprès de l'annonceur.

Article 3 – Mandat

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 d'insertion et préciser l'étendue du mandat accordé.

Article 4 – Ordres

L'ordre d'insertion est formalisé par Culture G, dont un exemplaire, dûment daté et signé pour accord par l'annonceur ou son intermédiaire dûment mandaté, est à retourner à Culture G au plus tard 72 heures avant la première mise en ligne de la campagne publicitaire.

L'ordre reproduira les présentes conditions générales de vente. Il peut également prendre la forme d'une lettre datée et signée par l'annonceur ou son intermédiaire, dûment mandaté, avec mention de l'acceptation des conditions générales de vente.

L'absence de cette dernière mention fera présumer l'application des présentes conditions générales de vente. L'ordre d'insertion mentionnera : 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 sites réservés ; les critères de ciblage réservés ; le budget affecté à l'insertion selon le tarif en vigueur.

Le mandataire et l'annonceur sont responsables conjointement et solidairement du paiement des insertions publicitaires correspondant à un ordre de réservation.

Chaque ordre d'insertion est strictement personnel à l'annonceur. Il est établi par Culture G et ne peut être modifié sans son autorisation ni être cédé 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.

Les éléments techniques doivent être transmis à Culture G au moins 72 heures avant le début de la campagne publicitaire.

Article 5 – Tarifs – Éléments constitutifs du prix

Les tarifs comprennent la mise en ligne de la campagne, la possibilité de créer un lien soit vers le site web de l'annonceur, soit vers un site promotionnel, et la possibilité pour l'annonceur ou son mandataire d'accéder aux statistiques de sa(ses) campagne(s).

Les emplacements de la campagne seront déterminés en fonction de l'intérêt commun de l'annonceur et de l'éditeur dudit support.

Les tarifs n'incluent pas les frais de réalisation : ni des bandeaux ni de tout autre élément publicitaire que l'annonceur doit fournir à Culture G.

Article 6 – Conditions de règlement

Les factures sont payables à 30 jours et doivent être réglées à l'ordre de Culture G ou de à tout autre ordre indiqué dans la facture. Leur original est adressé à l'annonceur et, le cas échéant, un duplicata est adressé au mandataire habilité conformément à l'attestation de mandat.

Dans tous les cas, Culture G se réserve la possibilité d'effectuer le recouvrement directement auprès de l'annonceur, déduction faite de la remise professionnelle, si des factures restent impayées.

A défaut de règlement à l'échéance, quels que soient les motifs de cette défaillance et en application de la loi du 31/12/92 relative aux délais de règlement, prenant effet au 01/07/93, les intérêts de retards commenceront à courir dès le lendemain de l'échéance, sur la base de 1.2% par mois de retard. En sus des intérêts de retard, une indemnité forfaitaire de 40 € correspondant aux frais de recouvrement sera facturée au client.

Un règlement à la commande pourra être demandé pour :

- tout nouvel annonceur ou mandataire ;
- tout annonceur ou mandataire dont la solvabilité serait incertaine.

En cas de règlement échelonné, le non-paiement d'une seule échéance rend immédiatement exigible le reste des sommes dues et peut autoriser Culture G à ne plus accepter de contracter avec l'annonceur en question.

Procédure collective de l'annonceur : en cas d'ouverture d'une procédure collective à l'encontre de l'annonceur, Culture G se réserve le droit de résilier l'ordre de réservation, soit au jour du dernier paiement, soit au jour du jugement d'ouverture de la procédure ; l'annonceur est tenu au paiement des factures avant cette date. En cas de non paiement desdites factures, Culture G pourra poursuivre le règlement des campagnes diffusées et restant à diffuser après envoi d'une lettre de mise en demeure de payer restée sans effet pendant 5 jours.

Clause pénale : en cas de non-paiement d'une somme exigible et après simple mise en demeure par lettre recommandée avec avis de réception restée sans effet dans un délai de quinze jours, Culture G aura la faculté de considérer l'ordre comme résilié et de réclamer à titre d'indemnité une majoration des créances de 25%. Si l'annonceur ou son mandataire est titulaire de plusieurs ordres en cours, et qu'il n'honore pas les factures correspondantes aux premières insertions dans les délais prévus, Culture G se réserve la possibilité de résilier les autres ordres. En cas de redressement ou de liquidation judiciaire, l'ordre sera résilié de plein droit à l'initiative de Culture G à

la date à laquelle Culture G aura eu connaissance de ladite procédure ou à la date du jugement déclaratif. Les factures émises avant cette date devront être payées.

Article 7 – Annulations

Si la demande d'annulation intervient moins de quatre semaines avant la date de début de la campagne, l'ordre ne peut être annulé et la redevance est exigible dans sa totalité. Si la demande intervient plus de quatre semaines avant la date de départ prévue, elle ne pourra être acceptée que moyennant une indemnité égale à 30% du montant prévu pour l'insertion. Culture G se réserve le droit d'interrompre une campagne dans les cinq jours suivant son démarrage au cas où elle aurait connaissance d'informations sur le caractère incertain de la solvabilité de l'annonceur ou de son mandataire.

Article 8 – Emplacements publicitaires

Les espaces publicitaires proposés s'entendent toujours sous réserve de disponibilité au moment de l'acceptation du contrat. Outre le cas visé à l'article 10 ci-dessous concernant le contenu du message publicitaire, Culture G pourra également être amené à déplacer, à neutraliser, à abandonner ou à supprimer la publicité pour différentes raisons indépendantes de sa volonté :

- à toute requête émanant de l'éditeur ;
- pour cause d'intervention des pouvoirs publics ;
- en cas de force majeure.

Si, à la date de départ ou en cours d'exécution du contrat et pour une cause énumérée précédemment, tout ou partie des emplacements concernés venait à être indisponible ou supprimé, Culture G a la possibilité de trouver des aménagements avec l'annonceur pour trouver des emplacements sur d'autres sites, pour augmenter la durée de l'insertion à titre de compensation ou de résilier le contrat. Dans le cas où l'insertion ne couvre pas toute la durée prévue, elle devra être réglée au prorata du nombre de sites et de la durée sur lesquels ont porté l'insertion. Cette modification sera confirmée par courrier par Culture G.

Article 9 – Concurrence

Culture G ne peut garantir que des annonceurs concurrents ne sont pas présents sur des emplacements voisins ou contigus pendant une même période. Toutefois, Culture G s'efforcera de ne pas exposer les annonceurs à ce cas de figure.

Article 10 – Contenu du message

L'annonceur et/ou son mandataire sont responsables financièrement et juridiquement du paiement de tous les droits et de l'obtention des autorisations nécessaires pour la mise en ligne des messages publicitaires.

L'annonceur et/ou son mandataire sont responsables du contenu du message publicitaire. Il doit présenter à Culture G une maquette complète de la publicité envisagée avant son exécution définitive.

L'annonceur déclare être titulaire des droits de reproduction et des droits de représentation des différents éléments constitutifs de son message de telle sorte que Culture G ne puisse jamais être poursuivi au sujet de leur utilisation publicitaire non autorisée par les ayants droit.

L'annonceur certifie que le message publicitaire ne contrevient de quelque manière que ce soit à aucun droit, règle ou législation en vigueur et qu'il ne comporte aucune imputation ou allusion diffamatoire ou dommageable à l'égard des tiers, auquel cas Culture G se réserverait le droit de refuser à tout moment cette publicité. Ce refus ne constituera en aucun cas une rupture de l'ordre d'achat ni un refus de vente, de ce fait l'annonceur ne pourra se prévaloir d'aucune sorte de préjudice.

Article 11 – Conditions techniques

L'annonceur doit respecter les prescriptions techniques de Culture G. Il devra impérativement communiquer les bannières à Culture G au plus tard 2 jours ouvrés avant le début de la campagne, les habillages doivent être livrés 5 jours ouvrés avant le lancement, 10 jours ouvrés si la création de l'habillage incombe à la régie. En cas de retard de la part de l'annonceur, Culture G se réserve le droit de reporter proportionnellement l'insertion prévue. L'ensemble des spécificités techniques sont consultables à cette adresse : <http://www.free-zone.fr/contraintes-techniques.html>

Article 12 – Contrôle

Il est entendu que l'outil de gestion de campagne de Culture G fera foi entre les Parties.

Toute réclamation relative à la diffusion d'une campagne ne pourra être prise en compte par Culture G si elle n'est pas consécutive à un contrôle effectué conjointement par l'annonceur et un collaborateur (ou salarié) de Culture G.

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 13 – Engagement

L'annonceur et Culture G ne sont valablement liés par un contrat passé par un des salariés de Culture G que si ce contrat est bien conforme à nos tarifs et aux présentes conditions générales de vente, sauf autorisation préalable et expresse de la direction de Culture G.

Article 14 – Dispositions générales

Le fait que l'une des parties n'ait exigé l'application d'une clause quelconque des présentes conditions générales de vente, que ce soit de façon permanente, ou temporaire, ne pourra être considéré comme une renonciation aux droits de cette partie découlant de ladite clause.

Les présentes conditions générales de vente, ainsi que les actes qui en découlent, sont soumis au droit français.

Article 15 – Litiges

Dans l'hypothèse où l'une quelconque des stipulations des présentes conditions générales de vente 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.