

GROUPE PROFESSION SANTÉ

**1^{er} groupe médias & services
pour les professionnels de santé**

GROUPE PROFESSION SANTÉ

**1^{er} groupe médias & services
pour les professionnels de
santé**

**TARIFS
PUBLICITÉ**

2021

Premier groupe médias & services

Le Groupe Profession Santé, premier groupe médias & services à destination des professionnels de santé.

PRESSE - DIGITAL - SOLUTIONS ÉDITORIALES BTOB
E-COMMERCE - SERVICES - ÉVÉNEMENTS

13 millions de pages vues/mois

700 000 contacts qualifiés en base

166 000 journaux et magazines diffusés par semaine

55 000 heures de formations e-learning/an

160 000 produits de matériel médical expédiés/an

10 000 participants à nos congrès et journées de formations

200

collaborateurs
au service
des professionnels
de santé

Les marques du groupe

MÉDIAS	EMPLOI	FORMATION	ÉVÉNEMENTS	ÉQUIPEMENT	COMMUNICATION		
 <p>LE QUOTIDIEN DU MEDECIN www.lequotidiendumedecin.fr</p>	 <p>DÉCISION STRATÉGIE Le magazine des décideurs de la Santé</p>	 <p>infirmlers.com</p>	 <p>EMPLOI Soignant</p>	 <p>MEDI formation</p>	 <p>Trilogie santé</p>	 <p>Medivia</p>	 <p>GROUPE PROFESSION SANTÉ Advertising</p>
 <p>LeQuotidien du pharmacien</p>	 <p>le Guide PHARMA SANTÉ</p>	 <p>CADRE DE SANTÉ -com</p>	 <p>EMPLOI Médecin</p>	 <p>RCF LES RENCONTRES DE LA CANCÉROLOGIE FRANÇAISE</p>	 <p>AGENCE PROFESSION SANTÉ</p>		
 <p>le généraliste</p>	 <p>réseau HÔPITAL & GHT le fil info des hôpitaux</p>	 <p>Aide soignant</p>	 <p>Jnil</p>	 <p>Innovation & Galien</p>			
 <p>remede.org</p>							

GROUPE GROUPE GROUPE GROUPE GROUPE GROUPE
PROFESSION PROFESSION PROFESSION PROFESSION PROFESSION

Quatre divisions

Pour cibler tous les professionnels de santé dans tous les contextes.

	<p>Division MÉDICAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser le bon usage du médicament • Favoriser la bonne prise en charge du patient • Sensibiliser les médecins aux prochains lancements (phase 3) <p>MÉDECINS INTERNES</p>		<p>Division DÉCIDEURS & HÔPITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la fluidité du parcours de soin • Accompagner les mutations du système de santé <p>DÉCIDEURS CADRES DE SANTÉ</p> <p>PHARMACIENS HOSPITALIERS</p>
	<p>Division PHARMACIE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la dispensation du médicament • Favoriser le bon conseil au patient <p>PHARMACIENS D'OFFICINE</p>		<p>Division PARAMÉDICAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser le bon geste / soin • Favoriser les bons reflexes <p>INFIRMIERS CADRES DE SANTÉ</p> <p>AIDES-SOIGNANTS</p>

CIBLES

- Décideurs
- Médecins
- Internes
- Infirmiers
- Aides-soignants
- Cadres de santé
- Pharmaciens d'officine
- Pharmaciens hospitaliers

CONTEXTE

- Ville
- Hôpital
- Mixte
- Officine



Division PARAMÉDICAL



Division DÉCIDEURS & HÔPITAL



Division MÉDICAL

**GROUPE
PROFESSION
SANTE**



Division
PHARMACIE

TARIFS
PUBLICITÉ

2021



N°1 de la presse pharmaceutique

20 000
exemplaires print
2 fois par
semaine

190 000
visites
par mois

540 000
pages vues
par mois

2,9
Pages
vues/visite
7'
Par visite

Le Quotidien du pharmacien

Le Quotidien du Pharmacien est le 1^{er} journal de la presse pharmaceutique en audience et couvre plus de 88% des pharmaciens.

Il informe ses lecteurs sur l'actualité socio-professionnelle et médicale, et participe à la mise à jour des connaissances pour aider le pharmacien dans la composante scientifique de son métier. Enfin, grâce à ses contenus et services, Le Quotidien du Pharmacien est l'outil indispensable pour la bonne gestion de l'officine.

- 2 newsletters quotidiennes, envoyées à 33 000 professionnels de santé dont 15 000 pharmaciens
- 11 000 pharmaciens en base optin dont 8 600 pharmaciens certifiés RGPD
- 79 000 inscrits sur le site dont 29 500 pharmaciens
- 21 200 fans Facebook
- 4 390 followers Twitter



LE GUIDE Agencer, équiper, dynamiser la pharmacie de demain

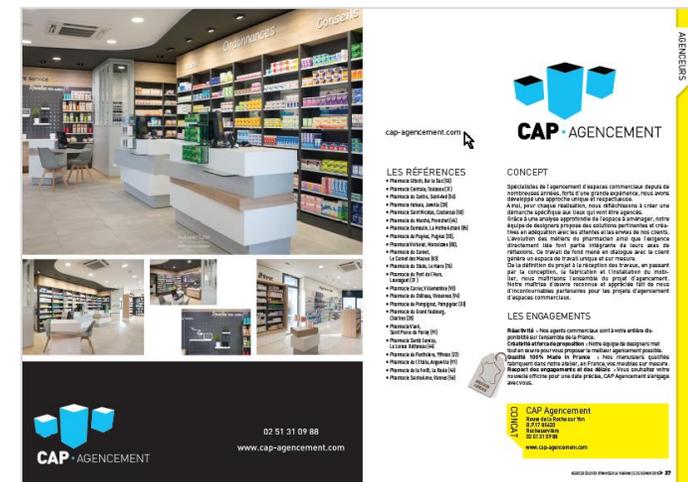
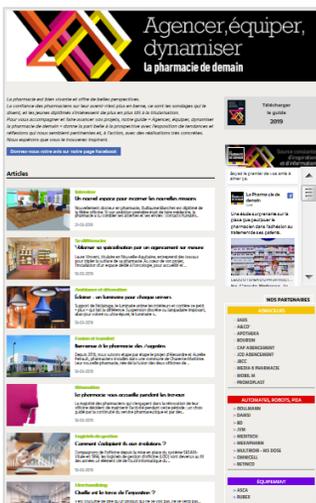


Publication de prestige et incontournable qui fait le point chaque année sur les dernières tendances à l'officine en termes de merchandising, agencement, équipement, LGO...

Parution annuelle **début mars**

Diffusion :

- Après des **10 000 pharmacies au C.A le plus important**
- Distribué au salon **Pharmagora (juin)** et au **Congrès des Pharmaciens (juin)**
- Promotion tout au long de l'année dans le journal et sur le site www.lequotidiendupharmacien.fr avec une page dédiée
- E-mailing de mise à disposition auprès de 14 000 pharmaciens



LeQuotidien
du pharmacien



ESPACES PRINT

20 000 exemplaires

envoyés 2 fois par semaine,
les Mardis et vendredis

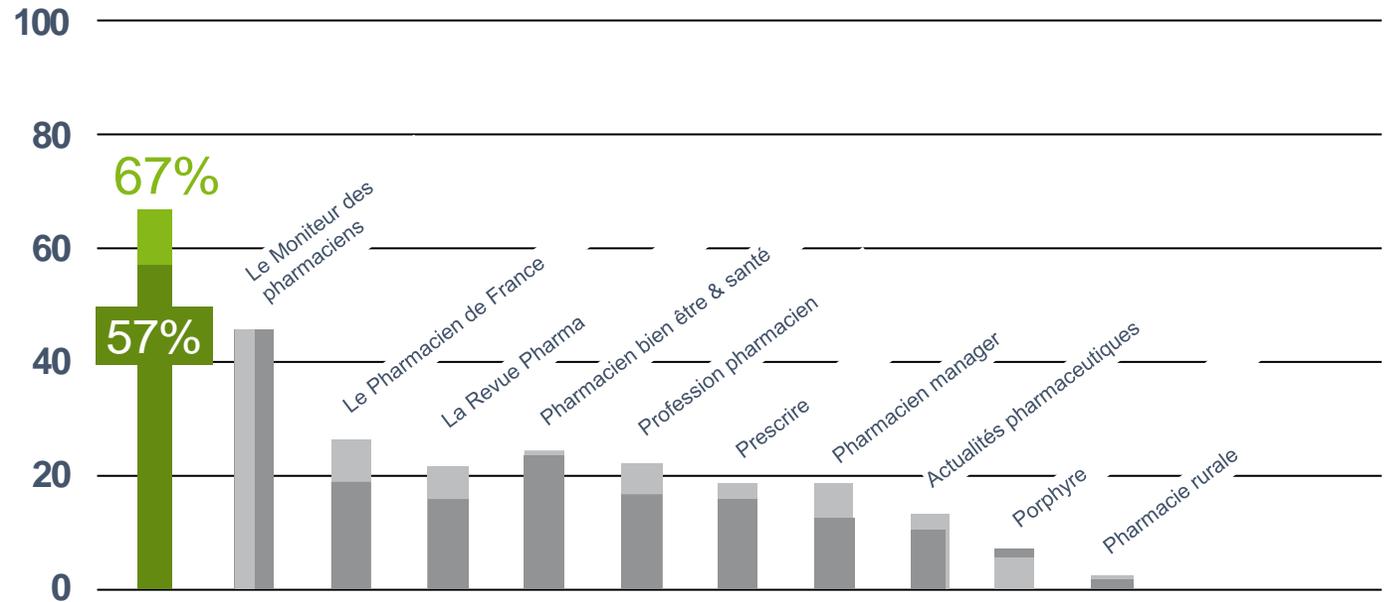




Le journal papier - un média très fortement plébiscité par les pharmaciens

90% des pharmaciens utilisent la presse pharmaceutique comme **source d'informations**

Couverture **88%**



67%
N°1 auprès des pharmaciens titulaires

57%
N°1 auprès des pharmaciens titulaires et adjoints

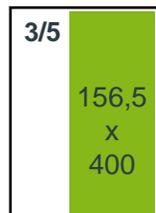


DIFFUSION À **20 000** EXEMPLAIRES

Les formats classiques simples * (en mm)



14 900 €
P3 : 17 400 €
P5 : 17 200 €
P7 : 16 900 €
Der : 17 500 €



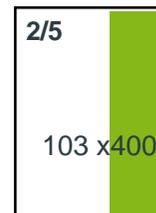
9 300 €
P3 : 10 800 €
P5 : 10 500 €
P7 : 10 100 €
Der : 10 900 €



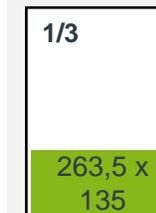
8 800 €
P3 : 10 600 €
P5 : 10 300 €
P7 : 10 000 €
Der : 10 700 €



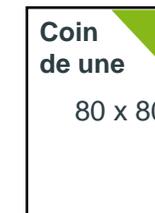
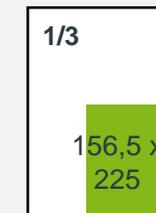
7 900 €
P3 : 9 500 €
P5 : 9 200 €
P7 : 8 900 €
Der : 9 600 €



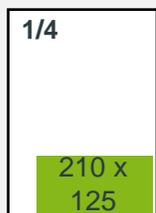
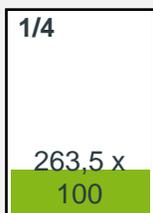
7 200 €
P3 : 8 800 €
P5 : 8 500 €
P7 : 8 100 €
Der : 8 900 €



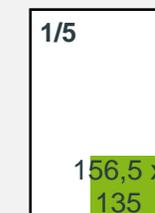
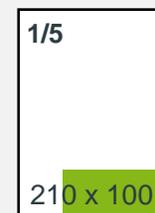
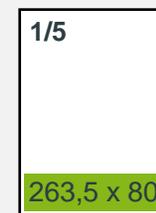
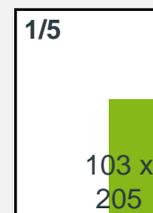
5 500 €
P5 : 6 800 €
P7 : 6 500 €
Der : 6 900 €



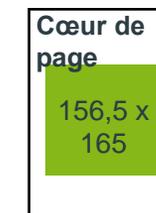
2 500 €



4 800 €
Une : 6 700 €

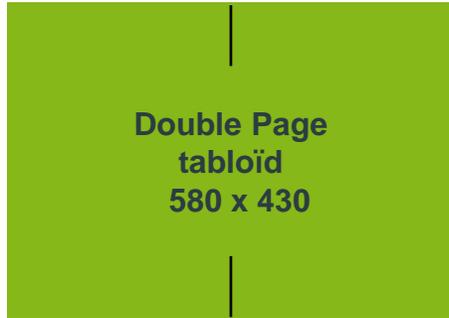


3 800 €
Une : 5 900 €



6 800 €

Les formats classiques doubles* (en mm)



Double Page
tabloïd
580 x 430

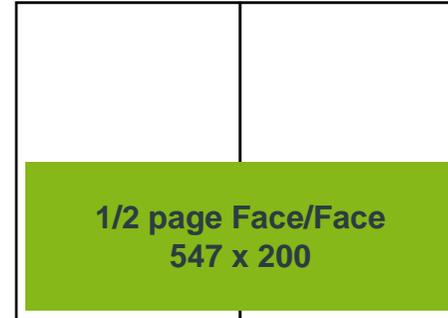
28 000 €

Page 2-3 : 34 400 €



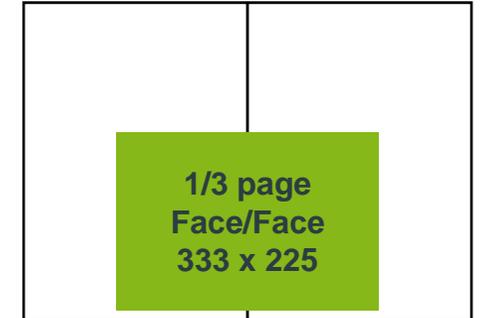
Face/Face
Page magazine
440 x 297

17 900 €



1/2 page Face/Face
547 x 200

17 100 €



1/3 page
Face/Face
333 x 225

11 300 €



Plein Cadre
119,5 x 430

13 200 €



Plein Cadre XL
173 x 430

17 100 €



Grand Angle
226 x 430

13 600 €



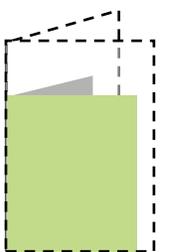
Grand Angle XL
333 x 430

17 500 €

- Recto ou emplacement de rigueur : + 10 %
- Rectos successifs à partir de la 2e insertion : + 20%
- Annonce en noir ou bichromie, mentions légales : - 25%
- mm colonne : 23 €
- Les formats sont à livrer avec 5 mm de bords tournants

* Tarif brut HT à assortir de vos remises selon barème.

Surcouvertures et encarts brochés* (en mm)

									
Encart 6 pages 290 x 430	Encart 4 pages 290 x 430	Encart 4 pages 210 x 297	Encart 2 pages 290 x 430 + rabat 150 x 430	Demi-Surcouv. 4 pages 290 x 200	Demi-Surcouv. 4 pages 150 x 430	Surcouverture 2 pages 290 x 430 + rabat 150 x 430	Surcouverture 4 pages 290 x 430	Gate Fold (3 volets)	French Door (8 volets)
22 500 €	20 400 €	18 800 €	18 800 €	41 500 €	42 200 €	47 200 €	52 800 €	49 500 €	55 000 €

Asilage sous le film de routage*

Possibilité d'accueillir des formats originaux (formats différents, découpe, collage d'éléments : carte T, réglettes de linéaire, stop rayon, enveloppes...)

Asilage d'un document de moins de 20 g :	23 000 €
Asilage d'un document de 20 g à 40 g :	25 000 €
Asilage d'un document de 40 g à 50 g :	29 000 €
Au-delà de 50 g, devis sur demande	

*Tarif brut HT à assortir de vos remises selon barème.
Nous fournir une maquette en blanc pour étude de prix et de faisabilité. Frais d'impression en sus. Nous consulter.



ESPACES WEB

540 000 pages

vues par mois*



*en moyenne sur l'année 2020

Formats web

Division PHARMACIE



Skyscraper glissant



Pavé → Sidekick

1. Prix brut en € HT à assortir de vos remises selon barème
2. Coût pour mille
3. Le capping consiste à limiter un nombre d'affichages maximum d'une publicité auprès d'un même visiteur lors d'une session.

Format (LxH)	Prix pour 30 000 impressions ⁽¹⁾	Prix pour 60 000 impressions ⁽¹⁾	CPM ⁽²⁾
Mégabannière			
Mégabannière desktop (728 x 90)	5 700	11 400	190
Mégabannière mobile (320 x 50)			
Gigabannière			
Gigabannière desktop (970 à 1100 x 90 max.)	8 400	16 800	280
Gigabannière mobile (320 x 50)			
Billboard			
Billboard desktop (960 à 1100 x 250)	9 600	19 200	320
Billboard mobile (320 x 50)			
Pavé			
Pavé (300 x 250)	5 700	11 400	190
Pavé Vidéo (300 x 250)	8 700	17 400	290
Expand (ouvert 600 x 250 max.) (fermé 300 x 250)	7 500	15 000	250
Pavé sidekick (300 x 250) (dimensions après interaction : 850 x 700)	8 700	17 400	290
Skyscraper			
Skyscraper glissant (160 x 600)	7 200	14 400	240
Demi-page			
Demi-page(300 x 600)	7 500	15 000	250
Demi-page expand (600 x 600)	8 700	17 400	290
Demi-page sidekick (300 x 600) (dimensions après interaction : 850 x 700)	9 600	19 200	320
Floor Ad			
Floor Ad standard (1110 x 90)	8 700	17 400	290



Habillage Complet
4 700 €

Habillage complet du site
(arche complète + pavé)

+ 1 Newsletter (mégabannière + pavé)

(Limité à 1 annonceur exclusif sur une journée par semaine)

Nouveaux formats 2021



Vignette vidéo (mobile)
320 € *



Floor ad expand (mobile adhesion banner)
320 € *



Paralax
250 € *



Les newsletters quotidiennes

CONFORMITÉ RGPD !



Du lundi au vendredi, diffusion de l'Info du jour auprès de 14 455 ⁽¹⁾ pharmaciens.

Une fois par mois, envoi de la newsletter Comité d'experts auprès de 13 700⁽¹⁾ pharmaciens.

Et en fonction de l'actualité, envoi d'un Flash Info.

2 espaces publicitaires

Format/fréquence	Prix ⁽²⁾
Newsletter (1 passage/jour) Méga bannière (728 x 90 px)	900
Newsletter (1 passage/jour) Pavé (300 x 250 px)	900

Envoyées à plus de
14 000
pharmaciens
déclarés⁽¹⁾

Taux d'ouverture moyen : 19 %
Nombre de messages ouverts par
nombre de messages envoyés

Taux de réactivité moyen : 26 %
Nombre de clics distincts par
nombre de messages ouverts

1. Ce chiffre varie chaque jour en fonction du recrutement de nouveaux inscrits et des désinscriptions. Il ne tient pas compte des emails black listés ni des mises en quarantaine
2. Tarifs brut à assortir de vos remises selon barème
3. Prix net en € HT cumul de mandats 5%

Newsletters

INFO DU JOUR



Diffusée du lundi au vendredi

- Nombre de destinataires : 30 500
- Taux d'ouverture : 19 à 27 %
- Taux de clics : 4 à 9 %

FLASH INFO



Diffusée selon l'actualité

- Nombre de destinataires : 33 100
- Taux d'ouverture : 19 à 30 %
- Taux de clics : 2 à 9%

COMITÉ D'EXPERTS



Diffusée 1 fois par mois

- Nombre de destinataires : 30 700
- Taux d'ouverture : 12 à 16 %
- Taux de clics : 1 à 2 %

Emailing dédié

Totalité de la base : 11 000 pharmaciens, dont 8 600 certifiés *

Ces emails pourront concerner vos obligations d'informations (JO), mises à disposition de produits, nouveaux conditionnements, informations de remboursements, réponses en cas de communication de crise, retraits du marché, etc.

Possibilité de couplage avec le Quotidien du Médecin, nous consulter.

Délais - Matériel fourni par le client

- Transmission des éléments dans un délai de J -12 jours avant envoi de la campagne
- Envoi des BAT/corrections campagnes J - 8 jours avant envoi de la campagne
- Validation de la campagne/programmation J - 2

Bilan à l'issue de la campagne

- Population cible
- Nombre d'envois avec succès
- Volume et taux d'ouvertures uniques et cumulés
- Volume et taux de clics uniques et cumulés
- Taux de réactivité

Tarif emailing dédié (1)

Pack Pharma

Forfait brut (en € HT)

Pack Pharmaciens – Cible totale 11 000 envois	7 600 €
Pack Pharmaciens certifiés 8 600 envois	6 500 €
2ème vague d'envoi (sur non ouvreurs : +/- 75 %)	- 50 %

Frais techniques par envoi : sélection, intégration html, BAT, diffusion

650 € nets HT

CONFORMITÉ RGPD !

Nam liber

Bonjour Dr. Piluot,

Lorem ipsum dolorsit amet, consectetur adipiscing

[Cliquez ici](#)

▶ *Poteatus igilint, C. Abem noveror ales te timorivium iam eto es vidius niam*

▶ *Poteatus igilint, C. Abem noveror ales te timorivium iam eto es vidius niam*

Études et matériel des programmes visés par l'examen

```

graph TD
    A[Recherches dans les bases de données et recherche de références] --> B[70 études obtenues]
    B --> C[58 études ayant reçu une note >0]
    C --> D[20 études ayant eu un effet]
    E[50 agences contactées] --> F[Documents obtenus pour 9 programmes]
    F --> G[4 programmes évalués]
    D --> H[24 interventions à examiner]
    G --> H
    H --> I[6 interventions recommandées]
    
```

* les datas que nous annonçons ne comportent ni les emails black listés ni les mises en quarantaine

Barème Print & Web 2021

Remise professionnelle : 15 %

Dégressif annonceurs

Remise sur le volume annonceurs

C.A. annuel brut facturé (en € HT)		Remise
1	80 000	11 %
80 001	160 000	13 %
160 001	250 000	16 %
250 001	350 000	19 %
350 001	600 000	20 %
600 001	900 000	21 %
900 001	1 000 000	22 %
Au-delà de 1 000 000		23 %

Remise sur la part de marché annonceurs *

Part de marché annuelle	Remise
50 %	55 % 7 %
55 %	60 % 10 %
60 %	99 % 12 %
100 %	14 %

Remise hors industrie pharmaceutique : 10 %

Dégressif mandataires

Remise sur le volume mandataires

C.A. annuel brut facturé (en € HT)		Remise
1	400 000	5 %
400 001	800 000	6 %
800 001	1 200 000	7 %
1 200 001	2 000 000	9 %
2 000 001	3 000 000	11 %
3 000 001	4 000 000	13 %
Au-delà de 4 000 000		14 %

*Applicable uniquement sur les insertions print



Contacts

Julia BLANCHET*Directrice commerciale*

Tél. 01 73 28 14 52

Mob. 06 17 91 80 73

Julia.blanchet@gpsante.fr**Marine ABAZIOU***Directrice de Clientèle*

Tél. 01 73 28 13 23

Mob. 07 76 58 55 10

Marine.abaziou@gpsante.fr**Frédéric NEYES***Directeur de clientèle*

Tél. 01 73 28 13 28

Mob. 06 01 35 44 77

Frederic.neyes@gpsante.fr**Kadija BENBRIK***Chargée de clientèle*

Tél. 01 73 28 18 66

Kadija.benbrik@gpsante.fr**Angélique HATCHUEL***Directrice commerciale*

Tél. 01 73 28 14 88

Mob. 06 17 78 78 37

Angelique.hatchuel@gpsante.fr**Muriel FIXOT***Directrice de clientèle*

Tél. 01 73 28 15 36

Mob. 06 07 02 90 65

Muriel.fixot@gpsante.fr**Émilie LAPRUN***Directrice de clientèle*

Tél. 01 73 28 14 14

Mob. 06 77 12 28 16

Emilie.laprun@gpsante.fr**Thibaut DANTHON***Responsable de clientèle*

Tél. 01 73 28 15 12

Thibaut.danthon@gpsante.fr**Malika ZRIBI***Directrice de clientèle*

Tél. 01 73 28 13 68

Mob. 06 09 98 42 46

Malika.zribi@gpsante.fr

Spécifications techniques Print

ELÉMENTS À FOURNIR

PDF sécurisé CMJN, certifié Haute Définition avec

- Polices incorporées
- Un taux de compression minimal des images (CMJN)
- Une résolution de 300 dpi pour les images, logos, illustrations
- Fichier avec traits de coupe
- + 10 mm de fonds perdus tournant
- Pas de texte, images, logos ...
à moins de 10 mm du format fini
- Pas de fichier RVB
- Pas de texte en noir quadri
- Taux d'encre maximum 280%

Remise des éléments

Au plus tard 8 jours avant la date de parution

Délai de réservation

Au plus tard 15 jours avant la date de parution

Délai d'annulation

10 jours avant la date de parution

Éléments à nous faire parvenir par mail à :

yves.deville@gpsante.fr

Tous nos prix sont hors taxes. Tarif assujéti aux conditions générales de vente applicables au 1^{er} janvier 2021

Le Quotidien du Pharmacien se réserve le droit de refuser toute publicité qui, par son esprit, son texte ou sa présentation, serait contraire à la déontologie du journal.

Spécifications techniques Web

Mise en place des campagnes

Date de livraison des éléments :

- 3 jours ouvrés pour les formats standard
- 5 jours ouvrés pour les formats rich media
- 12 jours ouvrés pour les opérations spéciales

Le site	Fichier	Format	Poids	Audio	Durée	Commentaire
Mégabannière	gif, jpg, png, HTML5, script	728 x 90 Desktop 320 x 50 Mobile	Image : 500 ko	Non	12 secondes max, animation en boucle	Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création)
Gigabannière	gif, jpg, png, HTML5, script	970 à 1100 x 90 Desktop 320 x 50 Mobile	Image : 500 ko	Autorisé	30 secondes max, animation en boucle	Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création)
Pavé standard	gif, jpg, png, HTML5, script	300 x 250	Image : 500 ko	Non	12 secondes max, animation en boucle	Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création)
Pavé expand*	gif, jpg, png, HTML5, script	Fermé : 300 x 250 Ouvert : 600 x 250	Image : 500 ko	Autorisé	12 secondes max, animation en boucle	Les créations doivent être repliées par défaut et ne s'ouvrir qu'au passage de la souris ou au clic. Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création)
Pavé Sidekick*	gif, jpg, png	300 x 250 (dimensions après interaction : 850 x 700)	Image : 500 ko	Non		Ouverture au Roll Over/Clic: Durée pour animation/ouverture : 1/2 seconde. Ouverture plein écran (vidéo ou autre) : avec compte à rebours. Fermeture : roll out et/ou bouton X/fermer. Bouton X et/ou « Fermer » en haut à droite. Contraste permanent vs fond. Tous les boutons doivent être cadrés & taille minimale (11px)
Recommandations : Lancement de l'animation au clic ou au roll over call to action pour attirer l'attention : « démarrer » / « passer votre souris » / « cliquez ici pour ... »						



	Fichier	Format	Poids	Audio	Durée	Commentaire
Skycraper glissant*	gif, jpg, png, HTML5, script	160 x 600	Image : 500 ko	Non		Durée pour animation / ouverture : 1/2 seconde
Demi-page standard	gif, jpg, png, HTML5, script	300 x 600	Image : 500 ko	Non		Ouverture plein écran (vidéo ou autre) : avec compte à rebours Fermeture : roll out et/ou bouton X/fermer
Demi-page Sidekick*	gif, jpg, png	300 x 600 (dimensions après interaction : 850 x 700)	Image : 500 ko	Non		Ouverture au Roll Over/Clic : durée pour animation/ouverture : 1/2 seconde. Ouverture plein écran (vidéo ou autre) : avec compte à rebours. Fermeture : roll out et/ou bouton X/fermer. Bouton X et/ou « Fermer » en haut à droite Contraste permanent vs fond. Tous les boutons doivent être cadrés & taille minimale (11px)
Recommandations : Lancement de l'animation au clic ou au roll over call to action pour attirer l'attention : « démarrer » / « passer votre souris » / « cliquez ici pour ... »						
Floor Ad	gif, jpg, png, HTML5, script	1100 x 100 Desktop 320 x 50 Mobile	Image : 500 ko	Non		Bouton X et/ou « Fermer » en haut à droite
À noter : sur toutes les pages : home et intérieures						
Billboard	gif, jpg, png, HTML5, script	970 à 1100 x 250 Desktop 320 x 50 Mobile	Image : 500 ko	Off par défaut, on sur clic. Son coupé ou pause au clic de redirection	12 secondes max, animation en boucle	Ce format tourne en rotation avec la méga bannière, il se ferme avec l'icône « fermer ou close » et se rejoue au clic sur l'icône « rejouer ou Show ». L'icône « rejouer ou Show » reste affichée après fermeture.

	Fichier	Format	Poids	Durée
Habillage complet Exclusivité sur l'ensemble des emplacements publicitaires (pas de megaban, pavé display réservé, pas de formats spéciaux)	gif, jpg, png	Largeur = 1 400 px conseillé (laisser 1 100 px de blanc au milieu correspondant à la largeur du site) Hauteur = entre 700 et 1 300 px (Les messages voulant être lus sans scroll doivent être écrits dans les 600 premiers px) À noter : l'habillage est en arche et prend la place de la megaban (prévoir maximum 200 px de hauteur)	Image : 120 ko	1 jour (offre limitée à 1 habillage/semaine)

À noter : Image positionnée au centre et en haut par défaut. L'ensemble de l'habillage peut être cliquable



	Fichier	Format	Poids	Audio	Durée	Commentaire
Le parallax (Nouveau)	gif, jpg, png, HTML5, script	728 x 970 Desktop et Mobile	Image : 500 ko	Non		Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création) Veiller à laisser 70 px en haut et en bas de l'image sans texte
Mobile adhésion banner (Mobile) (Nouveau)	gif, jpg, png, HTML5, script	320 x 50 fermé 320 x 460 ouvert	Image : 500 ko	Non		Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création) Format mobile uniquement
Vignette vidéo (Mobile) (Nouveau)	MP4	320x480 ou 300 x 250 selon le ratio que vous souhaitez appliquer	4M	Off par défaut, on sur clic. Son coupé ou pause au clic de redirection	30 secondes max, animation en boucle	Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création) Format mobile uniquement



Les Newsletters

	Fichier	Format	Poids	Durée
Mégabannière standard	jpg, png	728 x 90 Desktop 320 x 50 Mobile	500 ko max	Aucune
Pavé standard	jpg, png	300 x 250	500 ko max	Aucune

Informations techniques générales

Les formats swf ne sont plus acceptés, la plupart des navigateurs bloquant ce format aujourd'hui.

Créations publicitaires servies en HTML5

Les créations html5 comprenant un double clic de redirection ne sont acceptées qu'en script. Il convient par ailleurs de fournir des éléments comprenant le clicktag intégré. En cas d'impossibilité ou d'urgence, l'intégration d'un clicktag unique sur une création est possible par nos soins (prestation facturée).

Mentions légales

Un redirect est obligatoire vers le site de l'éditeur annonceur ou de la centrale. Il doit être fourni avec les éléments.

Création sur fond blanc

Un filet de couleur doit encadrer la création

Le son

Pour les créations audio (pour les vidéos), le son doit être activé par un clic de l'utilisateur et non au lancement de l'animation OU par un simple message au passage de la souris sur la création (roll over accepté). Le son doit être encodé à un volume inférieur ou égal à 12 db. (Durée 30 sec. max.) Les créations doivent avoir des commandes audio de démarrage et d'arrêt bien visibles.

Consommation CPU

Les éléments ne doivent pas causer de ralentissement de l'ordinateur du visiteur du site, même sur des configurations âgées de plusieurs années.

Conditions générales concernant

la mise en ligne des campagnes

Le délai de livraison des éléments techniques est de 3 jours ouvrés (hors samedi, dimanche et jours fériés non travaillés) pour les formats standards, 5 jours pour les formats rich media. Si les

éléments techniques (créas, liens...) ne sont pas livrés dans ces délais, nous ne garantissons pas une mise en ligne correspondant aux dates de campagne prévues initialement. Nous nous réservons, dans ce cas, le droit de repousser la date de fin d'une campagne (après obtention de l'accord de l'agence et/ou de l'annonceur).

Créas HTML 5

Intégrer les clic tags à la création,

Lien vers la méthodologie :

<https://support.smartadserver.com/s/article/Click-counting-in-HTML5-creatives>

NB: Merci de prévoir la bordure (filet de contour de chaque création)

*Pour les formats mobiles

- Mode de fonctionnement : Notre adserver détecte le device utilisé et affiche automatiquement la création correspondant au device.
- Formats mobiles à fournir pour megaban, billboard, gigaban, floor ad : 320*50
- Les formats expand, demi-page et habillage ne sont pas disponibles sur mobile
- Les pavés conservent leur dimension 300*250



Conditions générales de vente au 01/01/2021 – Le Quotidien du Pharmacien

Achat d'espace publicitaire Le Quotidien du Pharmacien

Article 1 : APPLICATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES

Toute commande implique l'acceptation entière et sans réserve des présentes conditions générales de vente, à l'exclusion de tout autre document, sauf acceptation écrite et signée par la SESC.

Les présentes conditions générales sont valables à compter du 1er janvier 2021 et annulent et remplacent les versions antérieures. La SESC se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales à tout moment, sans préavis, étant entendu que les nouvelles conditions générales ne s'appliqueront pas aux commandes déjà envoyées au jour de la modification (le cachet de la Poste faisant foi).

Article 2 : DÉFINITION DU SERVICE

La SESC édite un bihebdomadaire intitulé « Le Quotidien du Pharmacien », ci-après dénommé « le Quotidien ». La SESC offre au client la possibilité d'insérer dans un ou plusieurs numéros du « Quotidien » des annonces publicitaires pour ses propres produits et services. La SESC se réserve le droit de faire évoluer « le Quotidien ». Ces modifications pourront intervenir sans préavis de la part de la SESC et sans autre formalité que, le cas échéant, la mise à jour des présentes conditions générales.

Article 3 : COMMANDE

Toute commande sera réputée ferme après envoi à la SESC du bon de commande signé. Les commandes passées par tout autre moyen ne pourront être exécutées qu'après réception par la SESC du devis signé. En cas d'annulation d'une commande, le client devra régler à la SESC la moitié du montant total de la commande annulée. Aucune commande ne pourra être

annulée dans les 8 jours précédant la parution du numéro dans lequel doivent paraître les insertions commandées.

Article 4 : RESPECT DES SPÉCIFICATIONS

Tous les contenus fournis par le client doivent être rigoureusement conformes à l'ensemble des spécifications techniques qui lui auront été transmises par la SESC. Les pages partenaires rédactionnelles réalisées par « le Quotidien du Pharmacien »

doivent obligatoirement porter la mention « Publi-rédactionnel réalisé par le "Quotidien du Pharmacien" pour les Laboratoires X ». Les pages partenaires rédactionnelles fournies par le partenaire doivent obligatoirement porter la mention « Communiqué ». La SESC se réserve le droit de refuser, à tout moment, une insertion qui, par sa nature, son texte ou sa présentation, serait contraire à la législation ou à la réglementation en vigueur ou paraîtrait contraire à l'esprit du « Quotidien » ou de la SESC.

Article 5 : TARIFS

Les tarifs applicables sont ceux en vigueur à la date d'envoi de la commande (le cachet de la poste faisant foi). La SESC se réserve le droit de modifier ses tarifs à tout moment, sans préavis, étant entendu que les nouveaux tarifs ne s'appliqueront pas aux commandes déjà envoyées au jour de la modification. Le taux de TVA appliqué sera de 20,00 %. Le client pourra bénéficier sur le tarif brut d'une remise de référence applicable à tous les annonceurs et, éventuellement, d'une ou de plusieurs autres remises en fonction des critères définis ci-dessous.

Article 6 : DÉGRESSIFS SUR LE VOLUME DE COMMANDES PASSÉ PAR LE CLIENT

Cette remise est accordée en fonction du total des montants bruts facturés au client pendant l'année civile en cours,

pour des insertions parues dans « le Quotidien ». Pour le calcul de ce total peuvent également être pris en compte les montants bruts facturés pendant l'année civile en cours, aux autres sociétés du groupe auquel appartient le client, pour des insertions parues dans « le Quotidien ». Toutefois, si un groupe choisit cette option, toutes les sociétés en faisant partie seront soumises à ce régime. Par groupe, il est entendu tout groupe de sociétés contrôlées au sens de l'article L.233-3 du code de commerce par une même société holding. Pour toute commande déjà facturée, le client peut demander l'application d'une remise supérieure à celle acquise lors de la facturation. Pour le calcul de l'ajustement seront prises en compte les commandes fermes passées depuis l'établissement de la facture. L'ajustement des remises appliquées aux factures déjà établies se fera par l'établissement d'avis ou de factures supplémentaires. Il est entendu que cette remise n'est pas applicable aux montants facturés au titre des opérations autres que la vente d'espace publicitaire.

Article 7 : DÉGRESSIFS LIÉS A LA PART DE MARCHÉ OCCUPÉE PAR LE CLIENT SUR LE PRINT UIQUEMENT

Cette remise est accordée en fonction de la part de marché annuelle que représentent les commandes passées pour le compte du client, pour des insertions print parues dans « le Quotidien » pendant l'année civile en cours. À chaque fin d'année civile, la SESC procédera à un ajustement des remises appliquées aux factures établies pendant l'année en fonction du relevé définitif de l'occupation des parts de marché qui sera établi par la pige CAMReportive. L'ajustement des remises appliquées aux factures déjà établies se fera par l'établissement d'avis ou de factures supplémentaires qui seront émis par la SESC.

Article 8 : DÉGRESSIFS LIÉ AU VOLUME DE COMMANDES PASSÉ PAR LE MANDATAIRE

Cette remise est accordée en fonction du total des montants bruts facturés par la SESC pendant l'année civile en cours en application des commandes passées par le mandataire du client, pour des insertions parues dans « le Quotidien ». Pour le calcul de ce total, seront également pris en compte les montants bruts facturés par la SESC pendant l'année civile en cours aux autres mandants du mandataire du client, pour des insertions parues dans « le Quotidien ». Pour toute commande déjà facturée, le client peut demander l'application d'une remise supérieure à celle acquise lors de la facturation. Pour le calcul de l'ajustement seront prises en compte les commandes fermes passées depuis l'établissement de la facture. L'ajustement des remises appliquées aux factures déjà établies se fera par l'établissement d'avis ou de factures supplémentaires qui seront émis par la SESC.

**Article 9 : MODALITÉS DE PAIEMENT**

SESC facture les insertions à chaque fin de mois de leur parution. Le règlement se fait par traite ou par chèque au plus tard dans les 45 jours fin de mois suivant l'émission de la facture. Il ne sera pas accordé d'escompte pour paiement anticipé. Si le paiement n'est pas effectué dans les délais requis, le client se verra alors appliquer de plein droit à compter de la date d'échéance de la facture un intérêt de retard de 0,035 % du montant net HT de la commande par jour de retard, et cela sans qu'un rappel ne soit nécessaire. En cas de retard de paiement, le client sera de plein droit débiteur, à l'égard du créancier, d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement, dont le montant est égal à 40 € (et en tout état de cause toujours égale à la somme prévue par l'article L.441-6 du code de commerce). Lorsque les frais de recouvrement exposés seront supérieurs au montant de cette indemnité forfaitaire, le créancier pourra demander une indemnisation complémentaire, sur justification. En cas d'incident de paiement ou de retard de règlement par le client, SESC se réserve, pour l'avenir, le droit d'exiger le paiement comptant à la commande. Le paiement pourra être effectué soit par l'annonceur, soit par le mandataire. Dans ce dernier cas, le mandataire doit pouvoir justifier d'un mandat en bonne et due forme incluant expressément cette disposition. De plus, l'annonceur se porte garant du bon paiement des insertions par le mandataire. L'original de la facture sera toujours adressé à l'annonceur.

Article 10 : PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La SESC est l'éditeur du « Quotidien » et le titulaire des droits d'auteurs afférents. La SESC est également titulaire des droits sur les marques et les logos SESC. Toute exploitation de tout ou partie du « Quotidien » doit faire l'objet d'une autorisation écrite et préalable de la SESC.

Article 11 : RESPONSABILITÉ - GARANTIES

Le client est seul responsable des insertions parues sur son ordre dans « le Quotidien ». Il s'engage à ce que ces contenus soient conformes à toute disposition législative et réglementaire applicable, notamment en matière de publicité de médicament, publicité trompeuse, publicité comparative, concurrence déloyale et parasitaire, décence et dignité humaine, ordre public et bonnes mœurs, diffamation, droits de propriété intellectuelle et

industrielle, droits de la personnalité, données personnelles et, plus généralement, les droits des tiers. Le client garantit qu'il détient les droits et les autorisations nécessaires à la diffusion des insertions, et notamment des données personnelles, des marques, logos et autres éléments pouvant donner prise aux droits d'auteurs, aux droits des brevets, aux droits des dessins et modèles, etc. Le client garantit la SESC contre toute action ou revendication liées au non respect des dispositions des présentes conditions générales. La responsabilité de la SESC ne saurait en aucun cas être recherchée en cas d'interruption, pour quelque raison que ce soit, de la parution du « Quotidien », étant entendu que la SESC fera paraître, dans un prochain numéro, les insertions commandées mais non parues dans le numéro prévu. La SESC ne pourra être tenue pour responsable des préjudices directs éventuellement subis par le client pour toute parution sur son ordre ou tout retard de parution. La SESC ne pourra être tenue pour responsable des préjudices indirects, tels que notamment le manque à gagner, la perte de profit, de clientèle ou d'économies escomptées, etc., éventuellement subis par le client du fait de la parution, d'une erreur dans la parution, du retard de parution ou de la non-parution des insertions. En tout état de cause, la réparation par la SESC d'un préjudice ne pourra excéder le montant effectivement payé par le client au titre de la commande en cause.

Article 12 : FORCE MAJEURE

La responsabilité de la SESC ou du client ne pourra être engagée dans le cas où il lui devient impossible d'exécuter une partie ou la totalité de ses obligations en raison de la survenance d'un cas de force majeure, tel que inondation, incendie, grève, émeute, accident, panne d'électricité... La partie qui invoque la force majeure doit le notifier à l'autre par lettre recommandée avec accusé de réception. L'exécution des obligations de la partie empêchée est alors reportée d'une période au moins égale à celle de la durée de la suspension due à cette cause. Toutefois, au-delà d'un délai de trois mois d'interruption pour cause de force majeure, chaque partie peut choisir de mettre fin au contrat par lettre recommandée avec accusé de réception. Dans ce cas, le prix restant dû à la SESC sera calculé au prorata de la prestation accomplie.

Article 14 : LIEU DE JURIDICTION

Pour toutes contestations relatives à l'exécution ou à l'interprétation des présentes conditions générales, seuls seront compétents les tribunaux de Paris qui appliqueront la loi française.

Achat d'espace publicitaire et opérations spéciales**lequotidiendupharmacien.fr****Article 1 : APPLICATION DES CONDITIONS GÉNÉRALES**

Toute commande implique l'acceptation entière et sans réserve des présentes conditions générales de vente, à l'exclusion de tout autre document, sauf acceptation écrite et signée par la SESC. Les présentes conditions générales sont valables à compter du 1^{er} janvier 2021 et annulent et remplacent les versions antérieures. La SESC se réserve le droit de modifier les présentes conditions générales à tout moment, sans préavis, étant entendu que les nouvelles conditions générales ne s'appliqueront pas aux commandes déjà envoyées au jour de la modification (le cachet de la Poste faisant foi).

Article 2 : DÉFINITION DU SERVICE

La SESC édite un site web intitulé « lequotidiendupharmacien.fr », ci-après dénommé « leqph.fr ». La SESC offre au client la possibilité d'insérer sur son site et sur ses newsletters des annonces publicitaires pour ses propres produits et services et de diffuser des emailings auprès de sa base d'internautes. La SESC se réserve le droit de faire évoluer « leqph.fr ». Ces modifications pourront intervenir sans préavis de la part de la SESC et sans autre formalité que, le cas échéant, la mise à jour des présentes conditions générales.

Article 3 : COMMANDE

Toute Insertion standard commandée par un Annonceur se fera sous réserve de l'acceptation des tarifs lui étant applicables figurant sur le bon de commande. Toute commande d'Insertion sera réputée ferme après envoi à SESC du bon de commande signé. Les commandes passées par tout autre moyen ne pourront être exécutées qu'après réception par SESC du devis signé.

Article 4 : RESPECT DES SPÉCIFICATIONS

Tous les contenus fournis par le client doivent être

rigoureusement conformes à l'ensemble des spécifications techniques qui lui auront été transmises préalablement par la SESC. Les contenus rédactionnels rédigés par l'agence scientifique du Quotidien du Médecin pour le compte du client sur sa marque et ses produits, et validés par le client avant diffusion, doivent obligatoirement porter la mention « Publi- rédactionnel réalisé par l'agence scientifique du "Quotidien du Médecin" pour la société X ». Les contenus rédactionnels fournis par le client doivent obligatoirement porter la mention « Communiqué de la société X ». Les contenus rédactionnels rédigés par l'agence scientifique du Quotidien du Médecin dans le cadre d'une opération financée par le client sur une thématique « environnementale » sans mention directe de la marque et du produit du client, et envoyés à titre d'information au client avant diffusion, doivent porter la mention « Avec le soutien institutionnel de la société X ». Les contenus sur une thématique « environnementale » ne sont pas référencés. Si le client souhaite que ce contenu « environnemental » soit référencé, le référencement fera l'objet d'un devis additionnel. Pour toute commande d'une opération spéciale ou d'un contenu rédactionnel, l'agence du Quotidien du Médecin établit un planning de réalisation qu'elle communique au client ; le client, après accord de sa part, s'engage à respecter ce planning. La SESC se réserve le droit de refuser, à tout moment, une publicité qui, par sa nature, son texte ou sa présentation, serait contraire à la législation ou à la réglementation en vigueur ou paraîtrait contraire à l'esprit de « leqph.fr » ou de la SESC, ou encore ne correspondrait pas à notre ligne éditoriale. « leqph.fr » sera en droit de refuser ou de suspendre toute publicité et/ ou tout lien hypertexte renvoyant vers le site de l'Annonceur qui serait contraire aux intérêts matériels ou moraux du Site ou des Sites concernés, qui, par sa nature, son texte ou sa présentation, serait contraire à la législation ou à la réglementation en vigueur ou paraîtrait contraire à l'esprit de « leqph.fr » ou de la SESC, ou encore ne correspondrait pas à notre ligne éditoriale. « leqph.fr » étant seul juge et n'ayant pas à indiquer les raisons de son refus ou de la suspension ; le refus ou la suspension de la publicité par « leqph.fr » ne saurait faire naître aucun droit à indemnité au profit de l'Annonceur (et/ou de son Mandataire) et ne saurait dispenser ce dernier du paiement des publicités déjà diffusées.



Article 5 : EXECUTION DES ORDRES DE PUBLICITE

1- Eléments techniques :

Conditions générales concernant la mise en ligne des campagnes : Le délai de livraison des éléments techniques est de 3 jours ouvrés (hors samedi, dimanche et jours fériés non travaillés) pour les formats standards, 5 jours pour les formats rich media. Si les éléments techniques (créas, liens...) ne sont pas livrés dans ces délais, nous ne garantissons pas une mise en ligne correspondant aux dates de campagne prévues initialement. Nous nous réservons, dans ce cas, le droit de repousser la date de fin d'une campagne (après obtention de l'accord de l'agence et/ou de l'annonceur). Les éléments techniques, en ce compris le visuel des bandeaux pour toute image hébergée par un autre serveur (« Redirect »), doivent impérativement être mis à disposition de « leqph.fr » au plus tard trois (3) jours ouvrés avant la date de première mise en ligne stipulée à l'ordre de publicité, sous un format conforme aux spécifications techniques fixées par « leqph.fr ».

« leqph.fr » est responsable des prestations techniques nécessaires à la mise en ligne. Toutefois la responsabilité de « leqph.fr » ne saurait être engagée en cas de défaillance dans la représentation des éléments du fait d'un dysfonctionnement ou d'un encombrement du réseau Internet, ainsi que d'un dysfonctionnement du « Ad server », qui sont assimilés à des cas de force majeure.

2- Emplacement publicitaire :

Les espaces publicitaires proposés par « leqph.fr » dans l'ordre de publicité s'entendent toujours sous réserve du nombre de pages vues au moment de la réception de la confirmation de l'ordre de publicité. Dans le cas où l'emplacement publicitaire proposé dans l'ordre de publicité ne pourrait être respecté, « leqph.fr » fera ses meilleurs efforts pour mettre à la disposition de l'Annonceur un autre emplacement de valeur équivalente. Si l'emplacement ainsi proposé ne convenait pas à l'Annonceur, ce dernier serait en droit d'annuler son ordre, sans indemnité.

3- Conditions d'annulation :

Conditions et Frais d'annulation et de décalage d'une campagne :

Annulation :

a) jusqu'à 20 jours ouvrés avant la date de diffusion : pas de frais

b) de 20 jours à 10 jours avant la date de diffusion : facturation de 60% du montant de la campagne annulée

c) moins de 10 jours avant la date de diffusion : facturation de 100% du montant de la campagne annulée

Décalage :

En cas de demande d'un Annonceur pour un décalage de la diffusion de la publicité :

a) jusqu'à 20 jours ouvrés avant la date de diffusion : pas de frais

b) de 20 jours à 10 jours avant la date de diffusion : facturation de 40% du montant de la campagne décalée

c) moins de 10 jours avant la date de diffusion : facturation de 70% du montant de la campagne décalée. Aucune indemnité de compensation ne pourra être réclamée suite à un retard de livraison des éléments techniques par le client.

Article 6 : TARIFS

Les tarifs applicables sont ceux en vigueur à la date d'envoi de la commande. La SESC se réserve le droit de modifier ses tarifs à tout moment, sans préavis, étant entendu que les nouveaux tarifs ne s'appliqueront pas aux commandes déjà envoyées au jour de la modification. Le taux de TVA appliqué sera celui en vigueur au jour de la commande. Le client bénéficiera sur le tarif brut d'une remise de référence et ou de plusieurs remises en fonction des critères définis ci-dessous. Se reporter aux Tarifs Publicité 2021. Les tarifs sont entendus sous réserve du respect des plannings de production communiqués par SESC. Les tarifs des opérations spéciales sont établis sur la base de 3 allers retours de corrections / validation entre le client et SESC. S'il y a plus de 3 allers retours, des frais supplémentaires sont facturés en sus du tarif initial. Les tarifs des opérations spéciales ne comprennent pas les éventuels frais de déplacement en province, de restauration et d'hébergement. Ces frais éventuels sont facturés au coût réel en sus du tarif. Un bilan est fourni au client à la fin de l'opération. Cette prestation est comprise dans le tarif de l'opération spéciale. Si le client demande un bilan intermédiaire, il fera l'objet d'une facturation supplémentaire. Dans le cas d'une opération achetée à

SESC par l'intermédiaire d'une agence, SESC est en contact direct avec le client,

Article 7 : DÉGRESSIFS SUR LE VOLUME DE COMMANDES PASSÉ PAR LE CLIENT

Cette remise est accordée en fonction du total des montants bruts facturés au client pendant l'année civile en cours, pour des insertions mises en ligne sur « leqph.fr ». Pour le calcul de ce total peuvent également être pris en compte les montants bruts facturés pendant l'année civile en cours, aux autres sociétés du groupe auquel appartient le client, pour des publicités mises en ligne sur « leqph.fr ». Toutefois, si un groupe choisit cette option, toutes les sociétés en faisant partie seront soumises à ce régime. Par groupe, il est entendu tout groupe de sociétés contrôlées au sens de l'article L.233-3 du code de commerce par une même société holding. Pour toute commande déjà facturée, le client peut demander l'application d'une remise supérieure à celle acquise lors de la facturation. Pour le calcul de l'ajustement seront prises en compte les commandes fermes passées depuis l'établissement de la facture. L'ajustement des remises appliquées aux factures déjà établies se fera par l'établissement d'avoirs ou de factures supplémentaires. Il est entendu que cette remise n'est pas applicable aux montants facturés au titre des opérations autres que la vente d'espace publicitaire.

Article 8 : DÉGRESSIFS LIÉS AU VOLUME DE COMMANDES PASSÉ PAR LE MANDATAIRE

Cette remise est accordée en fonction du total des montants bruts facturés par la SESC pendant l'année civile en cours en application des commandes passées par le mandataire du client, pour des insertions mises en ligne sur « leqph.fr ». Pour le calcul de ce total, seront également pris en compte les montants bruts facturés par la SESC pendant l'année civile en cours aux autres mandants du mandataire du client, pour des publicités mises en ligne sur « leqph.fr ». Pour toute commande déjà facturée, le client peut demander l'application d'une remise supérieure à celle acquise lors de la facturation. Pour le calcul de l'ajustement seront prises en compte les commandes fermes passées depuis l'établissement de la facture. L'ajustement des remises appliquées aux factures déjà établies se fera par l'établissement d'avoirs

ou de factures supplémentaires qui seront émis par la SESC.

Article 9 : MODALITÉS DE PAIEMENT

La SESC facture les insertions à chaque fin du mois suivant leur mise en ligne. Le règlement se fait par traite, par virement ou par chèque au plus tard dans les 45 jours fin de mois suivant l'émission de la facture. Il ne sera pas accordé d'escompte pour paiement anticipé. Si le paiement n'est pas effectué dans les délais requis, le client se verra alors appliquer de plein droit à compter de la date d'échéance de la facture un intérêt de retard de 0,035 % du montant net HT de la commande par jour de retard, et cela sans qu'un rappel ne soit nécessaire. Conformément à l'article L. 441-6 du Code de commerce, tout retard de paiement entrainera le paiement à SESC par le débiteur d'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement fixée par l'article D. 441-5 du Code de commerce. En cas d'incident de paiement ou de retard de règlement par le client, la SESC se réserve, pour l'avenir, le droit d'exiger le paiement comptant à la commande. Le paiement pourra être effectué soit par l'annonceur, soit par le mandataire. Dans ce dernier cas, le mandataire doit pouvoir justifier d'un mandat en bonne et due forme incluant expressément cette disposition. De plus, l'annonceur se porte garant du bon paiement des insertions par le mandataire. L'original de la facture sera toujours adressé à l'annonceur.

Article 10 : PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La SESC est l'éditeur de « leqph.fr » et le titulaire des droits d'auteurs afférents. La SESC est également titulaire des droits sur les marques et les logos SESC. Tout contenu rédigé par l'agence scientifique du Quotidien du Médecin SESC demeure sa propriété, sauf accord de cession de droits express et écrit ainsi qu'après accord des éventuels « experts » ayant contribué au contenu. Cette cession des droits fera l'objet d'une contrepartie financière prise en charge par le client. Les contenus et campagnes fournis par l'annonceur demeurent sa propriété.

**Article 11 : RESPONSABILITÉ - GARANTIES**

Le client est seul responsable des publicités mises en ligne sur son ordre dans « leqph.fr ». Il s'engage à ce que ces contenus soient conformes à toute disposition législative et réglementaire applicable, notamment en matière de publicité de médicament, publicité trompeuse, publicité comparative, concurrence déloyale et parasitaire, décence et dignité humaine, ordre public et bonnes mœurs, diffamation, droits de propriété intellectuelle et industrielle, droits de la personnalité, données personnelles et, plus généralement, les droits des tiers. Le client garantit qu'il détient les droits et les autorisations nécessaires à la diffusion des publicités et notamment des données personnelles, des marques, logos et autres éléments pouvant donner prise aux droits d'auteurs, aux droits des brevets, aux droits des dessins et modèles, etc. Le client garantit la SESC contre toute action ou revendication liées au non respect des dispositions des présentes conditions générales. La responsabilité de la SESC ne saurait en aucun cas être recherchée en cas d'interruption, pour quelque raison que ce soit, de la diffusion de « leqph.fr » étant entendu que la SESC mettra en ligne les insertions commandées mais non parues dès remise en ligne du site. La SESC ne pourra être tenue pour responsable des préjudices directs éventuellement subis par le client pour toute parution sur son ordre ou tout retard de mise en ligne. La SESC ne pourra être tenue pour responsable des préjudices indirects, tels que notamment le manque à gagner, la perte de profit, de clientèle ou d'économies escomptées, etc., éventuellement subis par le client du fait de la parution, d'une erreur dans la parution, du retard de parution ou de la non parution des insertions. En tout état de cause, la réparation par la SESC d'un préjudice ne pourra excéder le montant effectivement payé par le client au titre de la commande en cause.

Article 12 : FORCE MAJEURE

La responsabilité de la SESC ou du client ne pourra être engagée dans le cas où il lui devient impossible d'exécuter une partie ou la totalité de ses obligations en raison de la survenance d'un cas de force majeure, tel que inondation, incendie, grève, émeute, accident, panne d'électricité... La partie qui invoque la force majeure doit le notifier à l'autre par lettre recommandée avec accusé de réception. L'exécution des obligations de la partie empêchée est alors reportée d'une période au

moins égale à celle de la durée de la suspension due à cette cause. Toutefois, au-delà d'un délai de trois mois d'interruption pour cause de force majeure, chaque partie peut choisir de mettre fin au contrat par lettre recommandée avec accusé de réception. Dans ce cas, le prix restant dû à la SESC sera calculé au prorata de la prestation accomplie.

Article 13 : LIEU DE JURIDICTION

Pour toutes contestations relatives à l'exécution ou à l'interprétation des présentes conditions générales, seuls seront compétents les tribunaux de Nanterre qui appliqueront la loi française.