

## **CONDITIONS GÉNÉRALES APPLICABLES EN MATIÈRE DE PUBLICITÉ SUR INTERNET POUR LES ACHATS DANS LES MÉDIAS D'UN AN OU MOINS**

Les présentes Conditions Générales en matière de publicité sur Internet pour les achats dans les médias d'un an ou moins, version 3.0, visent à offrir aux sociétés de médias et aux agences de publicité une norme pour la conduite des affaires qui soit acceptable pour toutes. Le présent document, une fois incorporé à un bon d'insertion, représente l'entente mutuelle des parties pour la conduite de leurs affaires. Le présent document peut ne pas couvrir de façon exhaustive les commandites et les autres ententes qui mettent en jeu l'association ou l'intégration du contenu ou la production particulière, mais il peut être utilisé en tant que base pour les éléments médiatiques de tels contrats. Le présent document n'est pas destiné à régir la relation entre un éditeur et une régie publicitaire ou des achats d'annonces directs auprès des éditeurs.

### **DÉFINITIONS**

« **Agence** » désigne l'agence de publicité figurant sur le BI concerné.

« **Annonce** » signifie toute publicité fournie par l'Agence au nom d'un Annonceur.

« **Annonceur** » désigne l'annonceur au profit duquel l'Agence intervient en tant qu'agent en vertu d'un bon d'insertion (BI) applicable.

« **BI** » signifie un bon d'insertion mutuellement convenu qui incorpore les présentes Conditions Générales, en vertu duquel l'Entreprise médiatique doit livrer des Annonces sur des Sites au profit de l'Agence ou de l'Annonceur.

« **Conditions** » désignent les Conditions Générales fondées sur les conditions générales normalisées en matière de publicité sur Internet pour les achats dans les médias d'un an ou moins, version 3.0.

« **Document publicitaire** » signifie œuvre, copie ou URL actives pour les Annonces.

« **Entreprise médiatique** » désigne l'éditeur spécifié dans le BI concerné.

« **Politiques** » désignent les critères ou le cahier des charges relatifs à la publicité, exprimés de manière claire, dont font partie les restrictions de contenu, le cahier des charges technique, les politiques de confidentialité, les politiques d'expérience utilisateur, les politiques applicables à l'image publique de l'Entreprise médiatique, les normes communautaires concernant le caractère d'obscénité ou d'indécence (en tenant compte des parties du Site sur lesquelles les Annonces doivent s'afficher), les politiques rédactionnelles ou publicitaires diverses et les dates d'échéance des Documents publicitaires.

« **Produit livrable** » ou « **Produits livrables** » signifient l'inventaire remis par l'Entreprise médiatique (par exemple, impressions, clics ou autres actions souhaitées).

« **Produits livrables de CPA** » se réfère aux produits livrables vendus sur une base de coût par acquisition.

« **Produits livrables de CPC** » se réfère aux produits livrables vendus sur une base de coût par clic.

« **Produits livrables de CPL** » se réfère aux produits livrables vendus sur une base de coût par lead.

« **Produits livrables de CPM** » se réfère aux produits livrables vendus sur une base d'impression par milliers (coût pour mille).

« **Propriétés de la régie** » désignent les sites Web spécifiés sur un BI qui ne sont pas possédés, exploités ni contrôlés par l'Entreprise médiatique, mais pour lesquels l'Entreprise médiatique a un droit contractuel de diffusion d'Annonces.

« **Propriétés de l'Entreprise médiatique** » sont des sites Web spécifiés sur un bon d'insertion qui sont possédés, exploités ou contrôlés par l'Entreprise médiatique.

« **Représentant** » désigne, quant à une entité et/ou ses Sociétés affiliées, tout directeur, dirigeant, employé, consultant, entrepreneur, agent et/ou mandataire.

« **Serveur d'annonces tiers** » désigne une Tierce partie qui assure la distribution ou le suivi des Annonces.

« **Site** » ou « **Sites** » désignent les Propriétés de l'Entreprise médiatique et les Propriétés de la régie.

« **Société affiliée** » désigne, quant à une entité, toute entité quelconque qui, au regard de cette entité, la contrôle directement ou indirectement, est contrôlée par elle ou exerce un contrôle commun avec elle.

« **Tierce partie** » désigne une entité ou une personne qui n'est pas partie à un BI ; par souci de clarté, l'Entreprise médiatique, l'Agence, l'Annonceur, les Sociétés affiliées ou les Représentants y afférents ne sont pas considérés être des Tierces parties.

## **I. BONS D'INSERTION ET DISPONIBILITÉ DE L'INVENTAIRE**

- a. Détails concernant le BI. De temps à autre, l'Entreprise médiatique et l'Agence peuvent signer des BI qui seront acceptés selon ce qui est stipulé dans la Section I (b) ci-dessous. Selon ce qui est applicable, chaque BI devra préciser : (i) le ou les types et montants des Produits livrables, (ii) le ou les prix applicables à ces Produits livrables, (iii) le montant monétaire maximal à dépenser en ce qui concerne le BI, (iv) les dates de début et de fin de la campagne, et (v) l'identité et les coordonnées de tout Serveur d'annonces tiers quelconque. D'autres éléments peuvent être inclus, notamment, et sans réserve, les exigences en matière d'établissement de rapport, toute exigence particulière en matière d'échéancier relatif à la fourniture d'une Annonce et/ou au placement de celle-ci, ainsi que les caractéristiques concernant la propriété des données recueillies.
- b. Disponibilité et approbation. L'Entreprise médiatique prend des mesures jugées raisonnables du point de vue commercial pour aviser l'Agence dans un délai de deux (2) jours ouvrables suivant la réception d'un BI signé par l'Agence si l'inventaire spécifié n'est pas disponible. L'approbation du BI et des présentes Conditions Générales sera attestée comme la première des deux actions ci-après, à savoir (i) approbation écrite (laquelle, à moins d'avis contraire, aux fins des présentes Conditions Générales, comprendra les communications sur support papier, les télécopies ou les courriers électroniques) du BI par l'Entreprise médiatique et l'Agence ou (ii) l'affichage de la première impression de l'Annonce par l'Entreprise médiatique, à moins qu'il n'en soit convenu autrement dans le BI. Nonobstant les dispositions précédentes, les modifications du BI soumis à l'origine ne seront pas exécutoires à moins qu'elles ne soient signées par l'Entreprise médiatique et l'Agence.
- c. Révisions. Les révisions des BI acceptés doivent être effectuées par écrit et acceptées par écrit par l'autre partie.

## II. PLACEMENT D'ANNONCE ET POSITIONNEMENT

- a. Conformité au BI. L'Entreprise médiatique doit se conformer au BI, notamment en ce qui concerne les restrictions en matière de placement d'Annonce, et, sous réserve des dispositions de la Section VI (c), doit mettre au point un échéancier de livraison équilibré de façon jugée raisonnable. L'Entreprise médiatique doit fournir, dans le cadre de la portée du BI, une Annonce sur le Site précisé dans le BI lorsque ledit Site est consulté par un internaute. Toutes les exceptions doivent faire l'objet d'une approbation écrite par l'Agence.
- b. Modifications apportées au Site. L'Entreprise médiatique prendra des mesures jugées raisonnables du point de vue commercial pour fournir à l'Agence, dans un délai d'au moins 10 jours ouvrables, un avis préalable de toute modification importante du Site qui en changerait le public cible ou aurait un impact notable sur la taille ou le placement de l'Annonce spécifiée sur le BI concerné. Dans l'éventualité où une telle modification survient sans avis, en tant qu'unique recours de l'Agence et de l'Annonceur en matière de changement, l'Agence peut immédiatement annuler le reliquat du placement concerné sans pénalité pendant la période d'avis de 10 jours. Si l'Entreprise médiatique a omis de donner un tel avis, l'Agence peut annuler le reliquat du placement concerné dans les 30 jours suivant cet avis et, dans ce cas, ne peut être facturé pour les Annonces concernées placées après une telle modification.
- c. Cahier des charges technique. L'Entreprise médiatique doit soumettre à l'Agence le cahier des charges technique final du BI ou le rendre autrement accessible électroniquement à ce dernier dans un délai de deux (2) jours ouvrables suivant son acceptation. Les changements apportés par l'Entreprise médiatique au cahier des charges des Annonces déjà achetées après ce délai de deux (2) jours ouvrables permettront à l'Annonceur de suspendre (sans que cela n'ait un effet sur la date de fin à moins d'une entente contraire entre les parties) la livraison de l'Annonce concernée pendant une période jugée raisonnable afin (i) d'envoyer les Documents publicitaires révisés ; (ii) de demander que l'Entreprise médiatique modifie la taille de l'Annonce et que celle-ci en assume les frais, et, avec l'approbation finale de la création par l'Agence, de respecter les niveaux garantis du BI dans un délai jugé raisonnable ; (iii) d'accepter un produit de substitution semblable ; ou (iv) si les parties ne sont pas en mesure de négocier de bonne foi un produit de substitution alternatif ou comparable dans un délai de cinq (5) jours ouvrables, d'annuler immédiatement le reliquat de l'annonce concernée sans pénalité.
- d. Contiguïté éditoriale. L'Entreprise médiatique reconnaît que certains Annonceurs souhaitent ne pas voir leurs annonces placées à côté d'un contenu qui fait la promotion de la pornographie, de la violence ou de l'utilisation d'armes à feu, qui contient un langage obscène ou relève d'une autre catégorie telle que mentionné dans le BI (« **Consignes en matière de contiguïté éditoriale** »). L'Entreprise médiatique s'efforce de manière raisonnable du point de vue commercial de respecter les Consignes de contiguïté éditoriale en ce qui concerne les annonces qui paraissent sur les propriétés de l'Entreprise médiatique, même si cette dernière conserve le contrôle permanent de l'éditorial des propriétés de

L'Entreprise médiatique. Pour les annonces diffusées sur les propriétés de la régie, l'Entreprise médiatique et l'Agence acceptent que la seule responsabilité de l'Entreprise médiatique en ce qui concerne la conformité aux Consignes de contiguïté éditoriale soit d'obtenir une déclaration contractuelle des éditeurs participants à la régie que lesdits éditeurs se conforment aux Consignes de contiguïté éditoriale sur toutes les Propriétés de la régie et de fournir le recours indiqué ci-dessous à l'Agence en cas de violation des Consignes de contiguïté éditoriale sur les propriétés de la régie. Si des Annonces paraissent en violation des Consignes de contiguïté éditoriale, l'unique recours de l'Annonceur est de demander par écrit que l'Entreprise médiatique supprime les Annonces et corrige la situation ou, si aucune reprise ne peut être mutuellement satisfaisante, rembourse à l'Agence une somme égale à la valeur de ces Annonces et ne facture pas l'Agence pour ces Annonces. Dans le cas où la situation ne peut être corrigée et où il est prouvé qu'il n'est pas réalisable pour l'Annonceur d'offrir un crédit, l'Agence et l'Entreprise médiatique négocient une solution de rechange. Une fois que l'Agence a avisé l'Entreprise médiatique que des Annonces spécifiques sont en violation des Consignes de contiguïté éditoriale, l'Entreprise médiatique s'efforce de manière raisonnable du point de vue commercial de corriger cette violation dans les 24 heures. Dans l'éventualité où une telle reprise a des conséquences négatives importantes pour le BI, l'Agence et l'Entreprise médiatique négocient de bonne foi des changements fixés par entente mutuelle du BI afin de régler le problème. Nonobstant les dispositions précédentes, l'Agence et l'Annonceur reconnaissent et acceptent qu'aucun Annonceur ne possède de recours quelconque en cas de violation des Consignes de contiguïté éditoriale résultant de : (i) Annonces placées à des emplacements autres que les Sites, ou (ii) Annonces affichées sur des propriétés concernant lesquelles l'Agence ou l'Annonceur sait, ou doit savoir, qu'elles peuvent contenir un contenu en violation des Consignes de contiguïté éditoriale.

L'alinéa précédent ne saurait s'appliquer à toute page du Site dont le contenu est principalement généré par les utilisateurs. Au lieu de cela, l'Entreprise médiatique s'efforce de manière raisonnable du point de vue commercial de s'assurer que les Annonces ne sont pas placées en contiguïté à un contenu qui viole les conditions d'utilisation du Site. Le recours exclusif de l'Annonceur et de l'Agence, en cas de violation par l'Entreprise médiatique d'une telle obligation, consiste à envoyer une plainte par écrit à l'Entreprise médiatique, qui examine ladite plainte et supprime le contenu généré par les utilisateurs en fonction de ce que l'Entreprise médiatique, à son entière discrétion, détermine être inacceptable ou en violation des conditions d'utilisation d'un tel Site.

### **III. PAIEMENT ET RESPONSABILITÉ DU PAIEMENT**

- a. **Factures.** La facture initiale sera envoyée par l'Entreprise médiatique à la fin du premier mois de la livraison ou dans un délai de 30 jours à la suite de l'achèvement du BI, selon la première des deux dates. Les factures doivent être envoyées à l'adresse de facturation de l'Agence qui figure sur le BI et elles doivent comprendre les renseignements fournis de façon jugée raisonnable par l'Agence, tels que le numéro du BI, le nom de l'Annonceur, le nom de la marque ou celui de la campagne, ainsi que tout autre numéro ou référence identifiable mentionné selon ce qui est nécessaire pour la facturation sur le BI. Toutes les

factures (autres que les corrections des factures déjà envoyées) qui concernent le BI doivent être reçues dans un délai de 90 jours après livraison des Produits livrables. L'Entreprise médiatique reconnaît que le manquement par cette dernière d'envoyer une facture dans les délais peut entraîner que l'Agence soit contractuellement incapable de percevoir le paiement dû par l'Annonceur. Si l'Entreprise médiatique envoie la facture après la période de 90 jours et que l'Agence n'a pas reçu les fonds concernés de l'Annonceur ou ne reçoit pas le consentement de l'Annonceur de dépenser ces fonds, l'Agence s'efforce de manière raisonnable du point de vue commercial d'aider l'Entreprise médiatique à la collecte des paiements de l'Annonceur ou à l'obtention du consentement de l'Annonceur à dépenser des fonds.

À la demande de l'Agence, l'Entreprise médiatique doit fournir des factures accompagnées d'une preuve de rendement pour la période facturée, qui peut comprendre l'accès à des rapports en ligne ou électronique, tel que précisé dans les présentes Conditions Générales, sous réserve des dispositions de l'avis et des dispositions de correction de la section IV. Chaque mois civil, l'Entreprise médiatique doit envoyer une facture à l'Agence pour les services fournis comprenant le coût net (c.-à-d. le coût après la soustraction de la commission de l'agence) en fonction de la livraison réelle ou de la distribution au prorata de la livraison pendant la durée du BI, tel que précisé dans le BI concerné.

- b. Date de paiement. L'Agence effectue le paiement 30 jours après la réception de la facture, ou selon ce qui est précisé dans l'échéancier de paiement inscrit sur le BI. L'Entreprise médiatique peut aviser l'Agence qu'elle n'a pas reçu le paiement pendant ce délai de trente (30) jours et lui signaler son intention de demander le paiement directement à l'Annonceur en vertu de la section III (c) ci-dessous, ce qu'elle peut faire cinq (5) jours ouvrables après avoir remis un tel avis.
- c. Responsabilité du paiement. À moins d'avis contraire de l'Agence dans le BI, l'Entreprise médiatique accepte de tenir l'Agence responsable du paiement uniquement dans la mesure où les produits ont reçu l'aval de l'Annonceur à l'Agence concernant les Annonces placées conformément au BI. En ce qui concerne les sommes pour lesquelles l'Agence n'a pas reçu l'aval, l'Entreprise médiatique s'engage à tenir l'Annonceur seul responsable. L'Entreprise médiatique reconnaît que l'Annonceur est le principal divulgué de l'Agence et que l'Agence, en tant qu'agent, n'a aucune obligation concernant ces paiements, in solidum, sous réserve de dispositions expresses de la présente Section III (c) et de la Section X (c).

L'Agence s'engage à s'efforcer de manière raisonnable de percevoir et compenser les paiements de l'Annonceur dans un délai raisonnable.

Le crédit de l'agence est établi en fonction de chaque client.

Si l'aval de l'Annonceur n'a pas été reçu pour le BI, d'autres annonceurs de l'Agence seront autorisés à placer de la publicité sur le Site en raison de cette absence de confirmation si le crédit de ces autres annonceurs n'est pas en cause.

Sur demande, l'Agence mettra à disposition de l'Entreprise médiatique la confirmation écrite de la relation entre l'Agence et l'Annonceur. Cette confirmation devra inclure, par exemple, la reconnaissance par l'Annonceur que l'Agence est son agent et qu'elle est autorisée à agir en son nom dans le cadre du BI et des présentes Conditions Générales. De plus, à la demande de l'Entreprise médiatique, l'Agence confirmera si l'Annonceur a versé à l'Agence une avance de fonds suffisante pour effectuer les paiements en vertu du BI.

Si le crédit de l'Agence est compromis ou le devient, l'Entreprise médiatique peut exiger un paiement à l'avance.

#### **IV. ÉTABLISSEMENT DE RAPPORTS**

- a. Confirmation du lancement de la campagne. L'Entreprise médiatique doit, dans les deux (2) jours ouvrables à partir de la date de commencement du BI, fournir une confirmation à l'Agence, électroniquement ou par écrit, stipulant si les éléments du BI ont commencé à faire l'objet d'une livraison ou non.
- b. Rapports de l'entreprise médiatique. Lorsque l'Entreprise médiatique a commencé à traiter la campagne, l'Entreprise médiatique doit rendre les rapports disponibles au moins une fois par semaine, électroniquement ou par écrit, à moins d'un avis contraire du BI. Les rapports doivent être classés par jour et résumés en fonction de l'expression créatrice, de la zone de contenu (placement de l'Annonce), des impressions, des clics, des dépenses/coûts et autres variables prévues par le BI (p. ex., des mots clés).

Une fois que l'entreprise médiatique a fourni le rapport en ligne ou électronique, elle convient que l'Agence et l'Annonceur ont le droit de s'y fier de façon jugée raisonnable, sous réserve de la réception de la facture par l'Entreprise médiatique pour la période concernée.

- c. Reprise concernant les omissions de rapport signalées. Dans l'éventualité où l'Entreprise médiatique omet de fournir un rapport précis et exhaustif dans les délais convenus, l'Agence peut entamer des discussions portant sur des reprises en vertu de la section VI ci-dessous. Dans l'éventualité où l'Agence avise l'Entreprise médiatique que cette dernière a fourni un rapport incomplet ou inexact, ou aucun rapport, l'Entreprise médiatique doit remédier à ce manquement dans un délai de cinq (5) jours ouvrables suivant réception de cet avis. Le fait de ne pas remédier à ce manquement peut entraîner le non-paiement de l'ensemble des activités pour lesquelles les données sont incomplètes ou manquantes, jusqu'à ce que l'Entreprise médiatique fournisse des preuves jugées raisonnables du rendement ; de plus, un tel rapport doit être fourni dans un délai de 30 jours à la suite de la prise de connaissance par l'Entreprise médiatique d'un tel manquement ou, en l'absence de cette connaissance, dans un délai de 180 jours après livraison des Produits livrables.

## V. ANNULATION ET RÉSILIATION

- a. Sans cause. À moins que le BI ne soit spécifié comme ne pouvant être annulé, l'Annonceur peut annuler tout ou partie du BI, comme suit :
- i. Par préavis de 14 jours envoyé à l'Entreprise médiatique, sans pénalité, pour tout Produit livrable garanti, y compris, et sans réserve, les Produits livrables de CPM. Pour plus de clarté et à titre d'exemple, si l'Annonceur annule les parties garanties du BI huit (8) jours avant la livraison de la première impression, l'Annonceur assumera uniquement la responsabilité des six (6) premiers jours de ces Produits livrables.
  - ii. Par préavis de sept (7) jours envoyé à l'Entreprise médiatique, sans pénalité, pour tout Produit livrable non garanti, y compris, et sans réserve, les Produits livrables de CPC, les Produits livrables de CPC ou les Produits livrables de CPA, ainsi que certains Produits livrables de CPM non garantis.
  - iii. Par préavis écrit de 30 jours envoyé à l'Entreprise médiatique, sans pénalité, pour tout Produit livrable à prix ou placement fixe, notamment, et sans réserve, les obstacles, les achats temporisés ou partagés de voix et certains types de parrainages annulables.
  - iv. L'Annonceur reste passible vis-à-vis de l'Entreprise médiatique des montants dus pour tout contenu ou développement personnalisé (« **Documents personnalisés** ») fourni à l'Annonceur ou livré par l'Entreprise médiatique ou son fournisseur tiers avant la date effective de résiliation. Pour les BI qui prévoient la fourniture ou la création de Documents personnalisés, l'Entreprise médiatique précise les montants dus applicables à ces Documents personnalisés dans un poste distinct. L'Annonceur verse le paiement correspondant à ces Documents personnalisés dans les 30 jours suivant réception de leur facture.
- b. Avec cause. L'Entreprise médiatique ou l'Agence peut résilier un BI en tout temps si l'autre partie est en situation de violation caractérisée de ses obligations en vertu des présentes et que la situation n'est pas corrigée dans un délai de 10 jours ouvrables après la remise de l'avis écrit à cet égard de la part de la partie qui n'est pas en situation de violation, à moins de stipulation contraire des Conditions Générales en ce qui concerne des violations particulières. De plus, si l'Agence ou l'Annonceur commet une violation de la même Politique (lorsqu'une telle politique a été fournie à l'Agence ou à l'Annonceur) lors de trois occasions distinctes après avoir reçu un avis ponctuel de chacune de ces violations, même si une telle violation a été corrigée par l'Agence ou l'Annonceur, l'Entreprise médiatique peut alors résilier le BI ou les placements liés à une telle violation au moyen d'un avis écrit. Si l'Agence ou l'Annonceur ne corrige pas une violation d'une Politique pendant la période de correction de 10 jours applicable après la remise de l'avis écrit, lorsqu'une telle Politique a été fournie à l'Agence par l'Entreprise médiatique, cette dernière peut alors résilier le BI et/ou les placements liés à une telle violation au moyen d'un avis écrit.
- c. Tarifs de courte durée. Les tarifs de courte durée s'appliquent aux achats annulés dans la mesure énoncée dans le BI.

## **VI. REPRISES**

- a. Notification de livraison incomplète. L'Entreprise médiatique doit suivre de près la livraison des Annonces, et elle doit aviser l'Agence de façon électronique ou par écrit dans les plus brefs délais (au plus tard 14 jours avant la date de fin du BI à moins que la durée de la campagne ne soit inférieure à 14 jours) si l'Entreprise médiatique croit qu'une livraison incomplète est probable. Dans l'éventualité d'une livraison incomplète probable ou réelle, l'Agence et l'Entreprise médiatique peuvent organiser une reprise conforme aux présentes Conditions Générales.
- b. Procédure de reprise. Dans l'éventualité où les Produits livrables d'une campagne sont inférieurs aux niveaux garantis, tels qu'établis dans le BI, ou si une Annonce est oubliée (placement ou unité créative), l'Agence et l'Entreprise médiatique doivent tenter de s'entendre sur les modalités d'une reprise dans le BI ou au moment de l'insuffisance. S'il est impossible pour les parties de s'entendre sur les modalités d'une reprise, l'Agence peut profiter d'un crédit qui équivaut à la valeur de la partie insuffisante du contrat du BI pour laquelle il a été facturé. Dans l'éventualité où l'Agence ou l'Annonceseur a effectué un paiement préalable en argent à l'Entreprise médiatique, particulièrement pour le BI d'une campagne à laquelle la livraison insuffisante s'applique, alors, si l'Annonceseur ou l'Annonceseur est à jour de façon jugée raisonnable en ce qui a trait aux sommes dues à l'Entreprise médiatique en vertu de quelque entente que ce soit pour un tel Annonceseur, l'Agence peut choisir de recevoir un remboursement pour la livraison insuffisante qui équivaut à l'écart entre le paiement préalable applicable et la valeur de la partie de la campagne qui a été livrée. En aucun cas l'Entreprise médiatique ne fournira une reprise ou une prolongation d'Annonce au-delà de la période établie dans le BI sans le consentement écrit de l'Agence.
- c. Produits livrables non garantis. Si un BI comporte des Produits livrables de CPA, des Produits livrables de CPL ou des Produits livrables de CPC, la prévisibilité, la prévision et les conversions de ces Produits livrables peuvent varier et il ne peut être donné de garantie de livraison, concernant la livraison ou les reprises.

## **VII. IMPRESSIONS EN PRIME**

- a. Avec Serveur d'annonces tiers. Lorsqu'une Agence utilise un Serveur d'annonces tiers, l'Entreprise médiatique n'offre pas de prime supérieure à 10 % des Produits livrables précisés dans le BI sans le consentement écrit préalable de l'Agence. Les placements permanents ou exclusifs doivent être exécutés pendant la période précisée sans égard à la livraison excédentaire, à moins que le BI n'établisse un plafond d'impression pour les activités du Serveur d'annonces tiers. L'Agence ne sera pas facturée par l'Entreprise médiatique pour les Produits livrables supplémentaires qui dépassent un niveau garanti ou pour lesquelles un plafond a été établi dans le BI. Si un Serveur d'annonces tiers est utilisé et que l'Agence avise l'Entreprise médiatique que les niveaux garantis ou pour lesquels un plafond a été établi dans le BI ont été atteints, l'Entreprise médiatique prendra toutes les mesures jugées raisonnables du point de vue commercial pour suspendre la livraison et, dans un délai de 48 heures, elle peut soit (i) livrer toute Annonce supplémentaire par elle-

même ou soit (ii) être tenue responsable des frais supplémentaires applicables liés à la livraison de l'Annonce encourus par l'Annonceur, uniquement après (A) la remise d'un tel avis et (B) dans la mesure où ces frais sont liées à la livraison excédentaire qui dépasse 10 % des niveaux garantis ou pour lesquels un plafond a été établi.

- b. Sans Serveur d'annonces tiers. Lorsque l'Agence n'utilise pas de Serveur d'annonces tiers, l'Entreprise médiatique peut offrir en prime autant de blocs d'annonces que cette dernière le souhaite, à moins d'une disposition contraire du BI. L'Agence ne sera pas facturée par l'Entreprise médiatique pour les Produits livrables supplémentaires qui dépassent un niveau garanti établi dans le BI.

## **VIII. FORCE MAJEURE**

- a. Dispositions générales. À l'exception des obligations en matière de paiement, ni l'Agence, ni l'Entreprise médiatique n'assume la responsabilité des délais ou des manquements relatifs à l'exécution de ses obligations en vertu des présentes Conditions Générales si de tels délais ou manquements sont causés par des événements hors de son contrôle jugé raisonnable, y compris, et sans réserve, les incendies, les inondations, les accidents, les tremblements de terre, les défaillances des lignes de télécommunication, les pannes électriques, les défaillances de réseau, les catastrophes naturelles ou les conflits de travail (« **Événements de force majeure** »). Dans l'éventualité où l'Entreprise médiatique est touchée par de tels délais ou manquements, elle devra prendre des mesures jugées raisonnables dans un délai de cinq (5) jours ouvrables pour recommander une transmission de substitution pour l'Annonce ou une substitution de la période de la transmission. Si cette substitution de la période de la transmission ou cette reprise ne sont pas acceptables pour l'Agence, l'Entreprise médiatique devra accorder à l'Agence une réduction au prorata des frais pour l'espace, le temps ou le programme aux présentes selon les sommes attribuées aux frais de l'espace, du temps ou du programme au moment de l'achat. De plus, l'Agence devra profiter des réductions qui lui auraient été attribuées s'il n'y avait pas eu de délai ou de manquement.
- b. Dispositions concernant le paiement. Si la capacité de l'Agence à transférer des fonds à des tiers a été entravée de manière importante par un événement hors de son contrôle jugé raisonnable, y compris, et sans réserve, la défaillance des systèmes de compensation bancaires, ou un état d'urgence, l'Agence devra alors prendre toutes les mesures jugées raisonnables pour effectuer les paiements de façon ponctuelle à l'Entreprise médiatique ; cependant, tout délai causé par un tel événement doit être excusé pour la durée dudit événement. Sous réserve des dispositions précédentes, une telle excuse pour le délai ne déchargera pas d'aucune façon l'Agence d'aucune de ses obligations à l'égard des sommes qui auraient été dues et versées sans un tel événement.
- c. Annulation. Dans la mesure où un Événement de force majeure se poursuit pendant cinq (5) jours ouvrables, l'Entreprise médiatique ou l'Agence a le droit d'annuler le reliquat du BI sans pénalité.

## **IX. DOCUMENTS PUBLICITAIRES**

- a. Soumission. L'Agence a l'obligation de soumettre les Documents publicitaires conformément à la Section II (c) et aux Politiques en matière de publicité existantes de l'Entreprise médiatique. L'unique recours de l'Entreprise médiatique en cas de violation de cette disposition est établi dans la Section V (c) ci-dessus, dans les Sections IX (c) et (d) ci-dessous, et dans la Section X (b) ci-dessous.
- b. Retard des documents créatifs. Si les Documents publicitaires ne sont pas reçus avant la date de début du BI, l'Entreprise médiatique commence à facturer l'Annonceur à la date de début du BI au pro rata du BI complet, à l'exclusion des parties qui sont fondées sur le rendement, l'inventaire non garanti, pour chaque journée complète où les Documents publicitaires n'ont pas été reçus. Si les Documents publicitaires sont en retard en fonction des Politiques, l'Entreprise médiatique n'est pas tenue de garantir la livraison complète du BI. L'Entreprise médiatique et l'Agence doivent négocier une résolution si l'Entreprise médiatique a reçu tous les Documents publicitaires requis conformément à la Section IX (a), mais ne parvient pas à lancer une campagne à la date de début du BI.
- c. Conformité. L'Entreprise médiatique se réserve le droit, à sa discrétion, de rejeter ou d'enlever de son Site toute Annonce lorsque les Documents publicitaires, code logiciel associé à des Documents publicitaires (p. ex. les pixels, les balises, le script Java), ou le site auquel l'Annonce est liée ne sont pas conformes à ses Politiques ou, selon le seul jugement réputé raisonnable de l'Entreprise médiatique, ne sont pas conformes à quelque loi, règlement ou autre ordonnance judiciaire ou administrative que ce soit. De plus, l'Entreprise médiatique se réserve le droit, à sa discrétion, de rejeter ou d'enlever de son Site toute Annonce lorsque les Documents publicitaires ou le site auquel l'Annonce est liée dénigrent ou ridiculisent (ou tendent à le faire) l'Entreprise médiatique ou l'une de ses Sociétés affiliées (telles que définies ci-dessous) ou affichent du mépris à l'égard de celles-ci, attendu que si l'Entreprise médiatique a examiné et approuvé de telles Annonces avant leur utilisation sur le Site, celle-ci n'enlèvera pas immédiatement de telles Annonces avant de prendre des mesures jugées raisonnables du point de vue commercial pour obtenir auprès de l'Agence des Documents publicitaires alternatifs acceptables pour les deux parties.
- d. Documents créatifs endommagés. Si les Documents publicitaires fournis par l'Agence sont endommagés, ne respectent pas les spécifications de l'Entreprise médiatique, ou sont autrement inacceptables, l'Entreprise médiatique s'efforce de son mieux du point de vue commercial pour aviser l'Agence dans les deux (2) jours ouvrables suivant réception de ces Documents publicitaires.
- e. Aucune modification. L'Entreprise médiatique ne changera pas la mise en forme des Annonces soumises, ni ne les modifiera de quelque façon que ce soit, y compris, et sans réserve, la taille de celles-ci, sans obtenir l'approbation de l'Agence. L'Entreprise médiatique devra utiliser de telles Annonces en conformité rigoureuse avec les présentes Conditions Générales et toute directive écrite spécifiée dans le BI.

- f. Annexes des annonces. Si cela est applicable, les annexes du Serveur d'annonces tiers seront mises en œuvre afin qu'elles soient fonctionnelles à tous les égards.
- g. Utilisation des marques déposées. L'Entreprise médiatique, d'un côté, et l'Agence, de l'autre, n'utiliseront pas l'appellation commerciale, les marques de commerce, les logos et les Annonces de l'autre partie dans le cadre d'un communiqué public (y compris, et sans réserve, par l'entremise d'un communiqué de presse) relativement à l'existence ou au contenu des présentes Conditions Générales ou du BI sans avoir obtenu l'approbation écrite préalable de l'autre partie.

## **X. INDEMNISATION**

- a. De la part de l'Entreprise médiatique. L'Entreprise médiatique accepte de défendre, d'indemniser et de tenir franc de tout préjudice l'Agence, l'Annonceur, ses Sociétés affiliées et Représentants contre l'ensemble des dommages, responsabilités, frais et dépenses (y compris des frais juridiques jugés raisonnables) (collectivement nommés les « **Pertes** ») liés à la réclamation, à un jugement ou à un recours (collectivement nommés la « **Réclamation** ») d'un tiers afférant à ou découlant (i) de la violation alléguée par l'Entreprise médiatique de la Section XII ou des déclarations et garanties de l'Entreprise médiatique relevant de la Section XIV (a), (ii) de l'affichage ou de la livraison par l'Entreprise médiatique de toute Annonce qui viole la Section II (a) ou la Section IX (e) des présentes, ou (iii) des Documents publicitaires fournis par l'Entreprise médiatique (et non pas l'Agence, l'Annonceur et/ou ses Sociétés affiliées, et/ou ses Représentants) pour une Annonce qui : (A) viole une loi, un règlement, une action judiciaire ou administrative quelconque applicable ou le droit d'une Tierce partie ; ou (B) est diffamatoire ou obscène. Nonobstant les dispositions précédentes, l'Entreprise médiatique ne saurait être responsable de toute perte résultant de Réclamations dans la mesure où ces Réclamations résultent de (1) la personnalisation par l'Entreprise médiatique des Annonces ou des Documents publicitaires basée sur les spécifications détaillées, documents ou informations fournis par l'Agence, l'Annonceur et/ou chacune de ses Sociétés affiliées et/ou ses Représentants, ou (2) d'un utilisateur qui visionne une Annonce hors du cadre cible du BI et dont le visionnement n'est pas directement imputable à la livraison par l'Entreprise médiatique de l'Annonce en violation du cadre cible.
- b. De la part de l'Annonceur. L'annonceur accepte de défendre, d'indemniser et de tenir franc de tout préjudice l'Entreprise médiatique, chacune de ses Sociétés affiliées et chacun de ses Représentants contre l'ensemble des pertes liées à la Réclamation d'un tiers afférente à ou découlant (i) de la violation alléguée par l'Annonceur de la Section XII ou des déclarations et garanties de ce dernier à la Section XIV (a), (ii) de la violation des Politiques (dans la mesure où les modalités applicables de telles Politiques ont été fournies à l'Agence ou à l'Annonceur par URL, courrier électronique ou autre moyen proactif, au moins 14 jours avant la violation qui donne lieu à la Réclamation) ou (iii) du contenu ou du sujet de toute Annonce ou de tout Document publicitaire dans la mesure où il est utilisé par l'Entreprise médiatique conformément aux présentes Conditions Générales ou à celles du BI.

- c. De la part de l'Agence. L'Agence déclare et garantit qu'elle a l'autorité en tant qu'agent de l'Annonceur de lier l'Annonceur aux présentes Conditions Générales et à celles de chaque bon d'insertion, et que toutes les actions de l'Agence relatives à ces Conditions Générales et à chaque BI relèvent de la portée de cette agence. L'Agence accepte de défendre, d'indemniser et de tenir franc de tout préjudice l'Entreprise médiatique, chacune de ses Sociétés affiliées et chacun de ses Représentants contre l'ensemble des pertes liées à la (i) violation alléguée de l'Agence des dispositions précédentes, ou de (ii) la Réclamation d'un tiers afférente à ou découlant de la violation alléguée par l'Agence de ses obligations spécifiques relevant de la Section XII.
- d. Procédure. La partie indemnisée avise dans les plus brefs délais la partie qui indemnise de toute de toute Réclamation dont elle prend connaissance (sous réserve qu'un manquement ou un retard de notification d'un tel avis ne saurait libérer les obligations de la partie qui indemnise, sauf dans la mesure où celle-ci encourt un préjudice en raison de ce manquement ou retard), et elle : (i) collabore de manière jugée raisonnable avec la partie qui indemnise, aux frais de cette dernière, en ce qui a trait à la défense ou au règlement d'une telle Réclamation, et (ii) elle a le droit de participer à ses frais à la défense d'une telle Réclamation. La partie indemnisée accepte que la partie qui indemnise ait le contrôle unique et exclusif de la défense et du règlement d'une telle Réclamation. Toutefois, la partie qui indemnise ne saurait accepter un jugement, ni un règlement, qui imposerait des obligations ou responsabilités à la partie indemnisée sans le consentement écrit préalable de cette dernière.

## **XI. LIMITATION DE LA RESPONSABILITÉ**

À l'exception des obligations de l'Agence, de l'Annonceur et de l'Entreprise médiatique en vertu de la Section X, des dommages qui découlent d'une violation de la Section XII ou d'une conduite intentionnelle de la part de l'Agence, de l'Annonceur ou de l'Entreprise médiatique, en aucun cas l'une ou l'autre des parties n'assume de responsabilité pour tout dommage consécutif, indirect, accessoire, punitif, particulier ou exemplaire de quelque nature que ce soit, y compris, et sans réserve, les dommages pour la perte de profit, la perte d'exploitation, la perte de données et autres pertes similaires encourues par l'autre partie en application d'un BI, même si la partie concernée a été avisée de la possibilité de tels dommages.

## **XII. NON-DIVULGATION, UTILISATION ET PROPRIÉTÉ DES DONNÉES, CONFIDENTIALITÉ ET LOIS**

- a. Définitions et obligations. Les « **Informations confidentielles** » comprennent (i) toutes les informations indiquées comme telles par les termes « **Confidentiel** », « **Exclusif** » ou termes similaires par la Partie divulgateur (le « **Divulgateur** ») lorsqu'elles sont fournies à la partie destinataire (le « **Destinataire** ») ; et (ii) les informations et données fournies par le Divulgateur qui, dans les circonstances entourant la divulgation, doivent être jugées de manière raisonnable comme étant confidentielles ou exclusives. Sans limiter la portée des dispositions précédentes, le Divulgateur et le Destinataire conviennent que la contribution de chaque partie aux informations détaillées du BI (comme défini ci-dessous) est considérée comme Informations confidentielles de la partie qui les divulgue. Le Destinataire doit

protéger les Informations confidentielles de la même façon qu'il protège ses propres informations de même nature, mais en aucun cas de manière moindre que ce qui est jugé être un soin raisonnable. Le Destinataire ne saurait divulguer les Informations confidentielles à quiconque, sauf aux employés, agents, Sociétés affiliées ou tierces parties qui ont besoin de les connaître, et qui sont liés par des obligations de respect de la confidentialité et de non-utilisation qui sont au moins de même portée que la protection des Informations confidentielles définie dans la présente section. Le Destinataire ne saurait utiliser les Informations confidentielles du Divulgateur autres que celles fournies par le BI.

- b. Exceptions. Nonobstant tout ce qui stipule le contraire aux présentes, le terme « **Informations confidentielles** » n'inclue pas les informations qui : (i) étaient déjà connus par le Destinataire ; (ii) étaient ou deviennent disponibles de façon générale pour le public sans que cela ne soit la faute du Destinataire ; (iii) étaient sous la possession légitime du Destinataire sans obligation de confidentialité au moment, ou par la suite, où elles ont été communiquées au Destinataire par le Divulgateur ; (iv) ont été transmises par des employés ou des agents du Destinataire de façon indépendante et sans faire référence au terme Informations confidentielles ; ou (v) ont été transmises par le Divulgateur à un tiers non affilié libre de toute obligation de confidentialité. Nonobstant les dispositions précédentes, le Destinataire peut divulguer des Informations confidentielles en raison d'une injonction valide d'un tribunal ou d'un autre organisme gouvernemental, ou selon ce qui est autrement requis par la loi ou les règlements de tout marché boursier applicable ou selon ce qui est nécessaire afin d'établir les droits de l'une ou l'autre des parties en vertu des présentes Conditions Générales ; attendu, toutefois, que le Divulgateur et le Destinataire se conforment à tous les ordres nécessaires afin de protéger lesdites informations d'une divulgation publique.
- c. Définitions complémentaires. Aux fins des présentes, les termes ci-après ont la signification suivante :
- i. Les « **Données fournies volontairement par l'utilisateur** » sont des informations personnelles identifiables recueillies auprès des utilisateurs individuels par l'Entreprise médiatique lors de la livraison d'une Annonce en application du BI, mais seulement s'il est expressément signifié à ces utilisateurs individuels que le recueil de ces données est réalisé uniquement pour le compte de l'Annonceur.
  - ii. Les « **Détails du BI** » sont les informations détaillées figurant dans le BI, mais uniquement lorsqu'elles sont expressément associées au Divulgateur concerné, comprenant, sans réserve, la description de l'Annonce, les informations de placement de l'Annonce et les informations de ciblage des Annonces.
  - iii. Les « **Données de performance** » sont les données afférentes à une campagne qui sont réunies lors de la livraison d'une Annonce conformément au BI (p. ex., nombre d'impressions, interactions et informations d'en-tête), à l'exclusion des Données de Site et/ou des Détails du BI.

- iv. Les « **Données de Site** » sont les données quelconque qui sont (A) des données préexistantes de l'Entreprise médiatique utilisées par l'Entreprise médiatique en vertu du BI ; (B) recueillies en application du BI lors de la livraison d'une Annonce qui identifie ou permet d'identifier l'Entreprise médiatique, le Site, la marque, le contenu ou le contexte de l'Entreprise médiatique, ou les utilisateurs proprement dits ; ou (C) saisies par les internautes sur un Site de l'Entreprise médiatique autres que les Données fournies volontairement par les utilisateurs.
  - v. Les « **Données recueillies** » se composent des Détails du BI, des Données de performance et des Données de Site.
  - vi. « **Réaffectation** » signifie le reciblage d'un utilisateur ou l'ajout de données à un profil non publique concernant un utilisateur à des fins autres que celles afférentes à l'exécution du BI.
  - vii. « **Agrégat** » désigne un formulaire dans lequel les données collectées en application d'un BI sont combinées avec les données de nombreuses campagnes de nombreux Annonceurs et empêchent l'identification, de manière directe ou indirecte, d'un Annonceur.
- d. Utilisation des Données recueillies.
- i. À moins que l'Entreprise médiatique ne l'y autorise, l'Annonceur ne doit pas : (A) utiliser les Données recueillies aux fins de Réaffectation ; sous réserve, toutefois, que les Données de performance puissent servir à la Réaffectation tant qu'elles ne sont pas intégrées aux Détails du BI ou aux Données du Site ; (B) divulguer les Détails du BI de l'Entreprise médiatique ou les Données du Site à toute Société affiliée ou Tierce partie, sous réserve des dispositions de la Section XII (d) (iii).
  - ii. À moins que l'Agence ou que l'Annonceur ne l'y autorise, l'Entreprise médiatique ne doit pas : (A) utiliser ou divulguer des Détails du BI de l'Annonceur, des Données de performance ou des opinions enregistrées d'utilisateurs ou des clics sur une Annonce, chacun des éléments précédents sans Agrégat, aux fins de Réaffectation ou toute autre objectif autre que l'exécution du BI, et en compensant les fournisseurs de données d'une manière qui empêche d'identifier l'Annonceur, le système interne d'établissement de rapports ou d'analyse interne ; (B) utiliser ou divulguer des Données fournies volontairement par les utilisateurs d'une manière autre que durant l'exécution du BI.
  - iii. L'Annonceur, l'Agence et l'Entreprise médiatique (chacun qualifié de « **Partie cédante** ») exigent de toute Tierce partie ou Société affiliée, utilisée par la Partie cédante lors de l'exécution du BI pour le compte de cette Partie cédante, qu'elle soit liée par des obligations de confidentialité et de non-utilisation au moins aussi restrictives que celles applicables à la Partie cédante, sous réserve de dispositions contraires du BI.

- e. Données fournies volontairement par les utilisateurs. Toutes les Données fournies volontairement par les utilisateurs appartiennent à l'Annonceur, sont soumises à la politique de confidentialité affichée de l'Annonceur et sont considérées comme des Informations confidentielles de l'Annonceur. Toute autre utilisation de ces informations doit être énoncée dans le BI et ratifiée par les deux parties.
- f. Politique en matière de confidentialité. L'Agence, l'Annonceur et l'Entreprise médiatique doivent afficher sur leur site Web respectif leur politique en matière de confidentialité et y adhérer, selon ce qui est prescrit par les lois applicables. Le manquement par l'Entreprise médiatique, d'un côté, ou l'Agence ou l'Annonceur, de l'autre, de continuer à afficher une politique en matière de confidentialité ou le non-respect de leur propre politique de confidentialité constituent une raison suffisante pour l'annulation immédiate du BI par l'autre partie.
- g. Conformité aux lois. L'Agence, l'Annonceur et l'Entreprise médiatique se conforment en tout temps à l'ensemble des lois, ordonnances, règlements et codes fédéraux, provinciaux ou locaux qui sont pertinents à l'exécution de leurs obligations respectives en vertu du BI.
- h. Utilisation des Données recueillies par l'Agence. L'Agence ne doit pas : (i) utiliser les Données recueillies à moins que l'Annonceur n'ait autorisé l'utilisation de ces Données recueillies, ni (ii) utiliser les Données recueillies d'une manière selon laquelle il est interdit à l'Annonceur d'utiliser ces Données recueillies. Nonobstant les dispositions précédentes, ou des dispositions contraires quelconques des présentes, les restrictions faites à l'Annonceur dans la Section XII (d) (i) n'empêchent pas l'Agence de (A) utiliser les Données recueillies sur une base d'agrégat pour des fins de planification des médias internes (mais pas dans des fins de Réaffectation), ou (B) révéler les évaluations qualitatives des Données recueillies par agrégat à ses clients et clients potentiels et les entreprises médiatiques au nom de ces clients ou clients potentiels, aux fins de planification des médias.

### **XIII. SERVEURS D'ANNONCES TIERS ET DE SUIVI** **(applicable si un Serveur d'annonces tiers est utilisé)**

- a. Serveurs d'annonces et de suivi. L'Entreprise médiatique effectue le suivi de la livraison grâce à son serveur publicitaire et, pour autant que l'Entreprise médiatique ait approuvé par écrit le fonctionnement d'un Serveur d'annonces tiers avec des données lui appartenant, l'Agence suivra la livraison par l'intermédiaire de ce Serveur d'annonces tiers. L'Agence ne peut substituer le Serveur d'annonces tiers spécifié sans le consentement préalable écrit de l'Entreprise médiatique.
- b. Relevés de contrôle. Si les deux parties effectuent le suivi de la livraison, le relevé utilisé pour la facturation des frais de publicité relevant d'un BI (« **Relevé de contrôle** ») est déterminé de la manière suivante :
  - i. Sous réserve des dispositions de la Section XIII (b) (iii), le Relevé de contrôle sera effectué sur un serveur d'annonces certifié comme étant conforme aux Prescriptions

de l'IAB/AAAA en termes de relevé des annonces (les « **Prescriptions de l'IAB/AAAA** »).

- ii. Si les deux serveurs d'annonces sont conformes aux Prescriptions de l'IAB/AAAA, le Relevé de contrôle sera le Serveur d'annonces tiers, si ce Serveur d'annonces tiers prévoit une interface d'établissement de rapport quotidien automatisé qui permet la livraison automatique de statistiques pertinentes et non-proprétaire à l'Entreprise médiatique, dans un format électronique approuvé par l'Entreprise médiatique ; sous réserve, toutefois, que l'Entreprise médiatique reçoive accès à cette interface dans les délais énoncés à la Section XIII (c) ci-dessous.
  - iii. Si aucun serveur d'annonces des parties n'est compatible avec les Prescriptions de l'IAB/AAAA ou que les dispositions de l'alinéa (ii) ci-dessus ne peuvent être satisfaites, le Relevé de contrôle sera fondé sur le serveur d'annonces de l'Entreprise médiatique, sauf convention contraire entre l'Agence et l'Entreprise médiatique conclue par écrit.
- c. Accès au rapport du Serveur d'annonces. Selon la disponibilité, la partie responsable du Relevé de contrôle fournira l'autre partie un accès en ligne ou automatisé aux statistiques pertinentes et non-proprétaires du serveur d'annonces dans un délai d'un (1) jour après le lancement de la campagne. L'autre partie avise la partie responsable du Relevé de contrôle si celle-ci n'a pas reçu un tel accès. Si de tels rapports en ligne ou automatisés ne sont pas mis à disposition, la partie responsable du Relevé de contrôle doit fournir des rapports d'activité au niveau du placement à l'autre partie en temps opportun, selon ce qui aura été convenu par les parties ou conformément à la Section IV (b) ci-dessus, dans le cas d'Annonces livrées par l'Entreprise médiatique. Si les parties ont suivi la campagne depuis le début et que la partie responsable du Relevé de contrôle ne parvient pas à fournir ces accès ou les rapports tels que décrits ci-après, alors l'autre partie peut utiliser ou fournir ses statistiques de serveur d'annonces comme base de calcul de la livraison de la campagne pour en établir la facturation. Il peut être signifié que l'accès, ainsi que les informations telles que celles servant à l'identification ou à l'intégration des fonctions d'établissement de rapport automatisé, s'appliquent à tous les BI actuels et futurs d'un ou plusieurs Annonceurs ; auquel cas, il n'est pas nécessaire de fournir un nouvel accès pour chaque BI.
- d. Écart entre les relevés. Si la différence entre le Relevé de contrôle et l'autre relevé dépasse 10 % au cours de la période de facturation et que le Relevé de contrôle est inférieur, les parties s'efforcent de réconcilier les relevés de l'Entreprise médiatique et ceux du Serveur d'annonce de la Tierce partie. Si l'écart n'est pas résolu et qu'il a été procédé à des efforts de bonne foi visant à faciliter la réconciliation, l'Agence se réserve le droit de, soit :
- i. Considérer l'écart comme une livraison incomplète des Produits livrables tels que décrits dans la Section VI (b), en conséquence de quoi les parties agissent conformément à cette Section, y compris en ce qui concerne le devoir de l'Agence et de l'Entreprise médiatique de s'efforcer à s'entendre sur les conditions d'une reprise,

et la livraison de toute activité de reprise sera mesurée par le Serveur d'annonces tiers, soit

- ii. régler la facture, en fonction des données des Relevés de contrôle, ajustées selon une hausse de 10 % à la livraison.
- e. Méthode de mesure. L'Entreprise médiatique s'efforce de manière raisonnable de publier, et l'Agence s'efforce de prendre des mesures jugées raisonnables pour que le Serveur d'annonces de la Tierce partie publie, une divulgation selon le format précisé par l'AAAA et l'IAB en ce qui concerne leur méthodologie respective en matière de relevé de la livraison de l'annonce dans le cadre des Prescriptions de l'IAB/AAAA.
- f. Panne du Serveur d'annonces tiers. Lorsque l'Agence utilise un Serveur d'annonces tiers et que ce dernier ne peut livrer l'Annonce, l'Agence aura un droit unique de suspendre temporairement la livraison en vertu du BI pour une période pouvant aller jusqu'à 72 heures. Lors de l'avis écrit par l'Agence qu'un Serveur d'annonces tiers est défaillant, l'Entreprise médiatique a 24 heures pour suspendre la livraison. À la suite de cette période, l'Agence ne saurait être tenue responsable du règlement de toute Annonce qui est affichée pendant les 72 heures immédiatement suivantes, jusqu'à ce que l'Entreprise médiatique soit avisée que le Serveur d'annonces tiers est en mesure de livrer les Annonces. Après la période de 72 heures et si l'Agence n'a pas remis d'avis écrit stipulant que l'Entreprise médiatique peut reprendre la livraison en vertu du BI, l'Annonceur règlera les Annonces qui auraient été affichées ou qui le sont après la période de 72 heures, mais pas pour la suspension, et il peut choisir que l'Entreprise médiatique livre les Annonces jusqu'à ce que le Serveur d'annonces tiers soit en mesure de le faire. Si l'Agence ne choisit pas que l'Entreprise médiatique livre les Annonces jusqu'à ce qu'un Serveur d'annonces tiers soit en mesure de le faire, l'Entreprise médiatique peut utiliser l'inventaire qui aurait autrement été utilisé pour les propres annonces de l'Entreprise médiatique ou pour celles fournies par une Tierce partie.
- g. Serveur d'annonces tiers de nouveau opérationnel. Lors de la remise de l'avis stipulant que le Serveur d'annonces tiers fonctionne, l'Entreprise médiatique aura 72 heures pour reprendre la livraison. Tout délai dans la reprise de la livraison au-delà de cette période, sans explications jugées raisonnables, fera en sorte que l'Entreprise médiatique sera redevable d'une reprise à l'Agence.

#### **XIV. DISPOSITIONS DIVERSES**

- a. Droits requis. L'Entreprise médiatique déclare et garantit qu'elle possède tous les permis et toutes les licences et autorisations nécessaires pour vendre les Produits livrables spécifiés dans le BI, sous réserve des Conditions Générales des présentes. L'Annonceur déclare et garantit qu'il possède toutes les licences et autorisations nécessaires pour utiliser le contenu de ses Annonces et de ses Documents publicitaires spécifiés dans le BI, sous réserve des Conditions Générales des présentes, y compris toutes les Politiques applicables.

- b. Cession. Ni l'Agence, ni l'Annonceur, ne peut revendre, céder ou transférer quelque droit ou obligation que ce soit en vertu des présentes, et toute tentative de revendre, céder ou transférer de tels droits ou obligations sans l'approbation écrite préalable de l'Entreprise médiatique sera frappée de nullité. Toutes les modalités et dispositions des présentes Conditions Générales et de chaque BI seront exécutoires et entreront en vigueur pour le bénéfice des parties aux présentes, ainsi que pour celui de leurs bénéficiaires du transfert, successeurs et ayants droit respectifs.
- c. Intégralité de la convention. Chaque BI, et les Conditions Générales y afférentes, constituent l'intégralité de la convention entre les parties en ce qui concerne le sujet traité aux présentes et ils remplacent l'ensemble des communications, déclarations, protocoles d'accord et ententes, écrits ou oraux, entre les parties à l'égard du sujet du BI. Chacune des parties peut signer un exemplaire original du BI ; les exemplaires signés constituent un seul et même document.
- d. Différends ; droit applicable ; amendement. Dans l'éventualité d'une différence entre les modalités d'un BI et les présentes Conditions Générales, celles du BI doivent prévaloir. Tous les BI seront régis par le droit de l'État de [ \_\_\_\_\_ ]. L'Entreprise médiatique et l'Agence (au nom de l'Annonceur) acceptent que toute réclamation, recours légal ou litige découlant du BI (y compris les présentes Conditions Générales) sera uniquement entendu à [ \_\_\_\_\_ ], et les parties acceptent la juridiction de tels cours ou tribunaux. Aucune modification des présentes Conditions Générales ou d'un BI ne sera exécutoire à moins d'être écrite et signée par les deux parties. Si l'une des dispositions aux présentes ne peut être appliquée, les dispositions restantes demeurent en vigueur. L'ensemble des droits et recours aux présentes est cumulatif.
- e. Avis. Tout avis qui doit être livré en vertu des présentes sera considéré l'avoir été trois (3) jours ouvrables après le dépôt affranchi à la Poste des États-Unis avec accusé de réception ; un (1) jour ouvrable s'il est envoyé par service de messagerie 24 heures ; et immédiatement s'il est envoyé par courrier électronique ou par télécopieur. Tous les avis remis à l'Entreprise médiatique et à l'Agence devront être envoyés à la personne indiquée dans le BI et une copie doit être transmise au service juridique. Tous les avis remis à l'Annonceur devront être envoyés à l'adresse indiquée dans le BI.
- f. Survie. Les Sections III, VI, X, XI, XII, et XIV resteront en vigueur après la résiliation ou l'échéance des présentes Conditions Générales, et la Section IV restera en vigueur 30 jours après la résiliation ou l'échéance des présentes Conditions Générales. De plus, chaque partie devra remettre ou détruire les Informations confidentielles de l'autre partie et retirer les Documents publicitaires et les Annexes d'annonces lors de la résiliation des présentes Conditions Générales.
- g. Intitulés. Les intitulés de section ou d'alinéa utilisés dans les présentes Conditions Générales le sont uniquement à des fins de référence et ne doivent pas être utilisées pour l'interprétation des présentes.