

## **CONDITIONS GENERALES DE VENTE**

**Toute souscription d'un ordre de publicité implique l'acceptation sans réserve de nos conditions générales de vente. Aucune autre condition en contradiction avec les précédentes conditions générales de ventes ne saurait prévaloir et ne pourra être invoquée par le souscripteur et l'annonceur.**

**La responsabilité de la société d'édition LIEN SOCIAL ne saurait être engagée si, pour des raisons indépendantes de sa volonté, il ne pouvait imprimer, publier ou diffuser tout ou une partie d'un ou plusieurs numéros des publications, ou s'il était amené à déplacer, neutraliser, abandonner ou supprimer une insertion.**

1. La publicité paraît sous la responsabilité des annonceurs. Comme c'est l'usage, la société d'éditions LIEN SOCIAL se réserve le droit de refuser une insertion, qui par sa nature, son texte ou sa présentation, serait contraire à l'esprit des publications ou susceptible de provoquer des protestations de ses lecteurs ou de tiers.
  2. La société d'éditions LIEN SOCIAL se réserve le droit de modifier les conditions du tarif en vigueur même pour les ordres en cours, moyennant un préavis d'un mois.
  3. L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement de l'ordre de publicité aux conditions définies au tarif. En cas de défaut de paiement de la part du mandataire, l'annonceur sera mis en demeure de payer directement la société d'éditions LIEN SOCIAL quand bien même il aurait déjà effectué le paiement à l'ordre du mandataire.
  4. Pour être à même de facturer, la société d'éditions LIEN SOCIAL doit être en possession du contrat de mandat liant l'annonceur et le mandataire, contrat qui sera réputé à durée indéterminée jusqu'à dénonciation par l'annonceur. Conformément à la loi « Sapin » du 29 janvier 1993, un exemplaire original de la facture est communiqué à l'annonceur. Est considéré comme mandataire, un intermédiaire, dûment mandaté par un annonceur pour représenter celui-ci auprès des supports.
  5. La facturation est émise à la date de bouclage de la publication, soit en règle générale le dernier jour du mois précédant le mois de parution. Les conditions de règlement sont de 30 jours date de facturation. Le règlement est effectué par virement bancaire, chèque ou traite. En cas de paiement par traite, celle-ci doit nous être retournée acceptée dans un délai de 15 jours suivant la date de facturation. Pour tout règlement effectué postérieurement à l'échéance indiquée, il sera facturé des intérêts de retard égaux à 1,5 fois le taux d'intérêt légal par mois. En cas de retard de paiement l'exécution des ordres pourra être suspendue. En cas de recouvrement de factures impayées par voie judiciaire ou forcée, leur montant sera augmenté de 15% à titre de clauses pénales au sens des articles 1226 et suivant du code civil.
  6. Toutes taxes existantes et toutes taxes nouvelles resteront à la charge de l'annonceur.
  7. La réalisation de sorties couleurs pour les annonces print sont à la charge de l'annonceur ou de l'intermédiaire. Si la société d'éditions LIEN SOCIAL est chargée de la réalisation de ceux-ci, des frais techniques seront facturés à l'annonceur selon les conditions prévues à l'article 14.
  8. Les justificatifs de parution sont envoyés à raison d'un exemplaire à l'annonceur et d'un exemplaire au mandataire.
  9. Les emplacements préférentiels sont acceptés après garantie formelle d'exécution. S'ils sont respectés, ils sont facturés selon les majorations prévues au tarif.
  10. Les remises sont accordées à l'annonceur, ou à un groupe d'annonceurs dont les sociétés sont contrôlées par un holding commun :
    - a) Remise de quantité  
Elle est réservée à l'annonceur ou à un groupe d'annonceur sur la base du nombre d'insertions réalisées par lui ou par son mandataire (ou ses mandataires) pour son compte.
    - b) Remises bienvenue, progrès et emplacement  
Ces remises se cumulent avec la remise de quantité et entre elles. La remise bienvenue s'applique à tout nouvel annonceur. La remise progrès s'applique à tout annonceur présent d'une année sur l'autre et dont la pagination est supérieure à celle de l'année précédente. La remise emplacement est accordée pour une insertion située face à une page où figure une autre insertion publicitaire.
    - d) Remises opérations spéciales  
Elles se substituent aux remises précédentes et concernent des opérations spéciales précisées dans le tarif annuel.
    - e) Remise professionnelle ou agence  
Dans le cas où un annonceur achète par l'intermédiaire d'un mandataire, une remise professionnelle de 15% sera appliquée sur le tarif net des insertions après déduction de toutes les remises.
  11. La réservation des insertions doit intervenir par écrit au plus tard 3 mois avant parution et au plus tard 5 mois pour les emplacements préférentiels. La remise des ordres, au plus tard 2 mois avant parution et au plus tard 3 mois pour les emplacements préférentiels.
  12. La production, la diffusion ou l'insertion d'une publicité ou d'une campagne est soumise à la réception d'un ordre de publicité dûment signé et portant le cachet de l'annonceur ou de son mandataire et après acceptation par la société d'éditions LIEN SOCIAL.
  13. La publicité du type rédactionnel, devra obligatoirement porter la mention « publicité », « communiqué », « publi-information » ou « publi-reportage ».
  14. La remise des éléments techniques peut se faire par mail ou par Wettransfer. Les publicités doivent être transmises selon les conditions techniques ci-dessus.
  15. Les publicités doivent être transmises en PDF sécurisé en 300 dpi (y compris les images d'origine !) CMJN, réalisées avec des polices Postscript, incorporant les jeux de ces polices. Attention : votre publicité doit être créée à la base par un logiciel de mise en page tel que Indesign, QuarkXpress ou Illustrator. Alternative : nous adresser une image Photoshop complète de votre publicité au format jpeg. En CMJN, polices pixellisées. Pour toute publicité générée à partir d'un document Word, Publisher ou Power Point, ... nous ne pouvons pas garantir le résultat à l'impression. Impératif : une sortie couleur par courrier (cromalin digital ou à partir de films, rainbow ou iris) doit nous être adressée au siège de la société d'éditions LIEN SOCIAL. Pour les formats plein papier, et uniquement pour ceux-ci, prévoir 5 mm de fonds perdu. Tous les autres formats ne doivent comporter ni traits de coupe, ni fonds perdus. Attention aux réglages des informations de défoncé et de surimpression des images créées sur Illustrator. Une bonne visualisation sur écran de votre publicité ne présage en rien un bon résultat à l'impression. En cas de litige sur le rendu de l'impression, seul la visualisation de votre publicité sur Adobe Acrobat Professional, avec l'option « aperçu de la surimpression » cochée, fera foi. Aucune réclamation sur le résultat de l'impression ne sera acceptée pour les remises ne correspondant pas aux normes énoncées ci-dessus ou dont les éléments techniques ne seraient parvenus qu'après la date limite de la remise. Tout « bon à tirer » présenté et qui ne sera pas renvoyé signé dans les 48 heures, impliquera l'accord de l'annonceur sur son contenu et sa parution, et dégagera la responsabilité de la société d'éditions LIEN SOCIAL.
  16. Toute intervention technique réalisée à la demande d'un client ou nécessaire à la publication de l'annonce sera facturée au client selon le barème suivant :
    - a) Intervention pour format inadapté, police ou image manquante, correction d'auteur, etc... : 60 € HT
    - b) Création, recomposition, retouche logo, etc : 250 € HT pour un aller / retour entre l'annonceur et le service maquette de la société d'éditions LIEN SOCIAL.
- Les factures de frais techniques sont émises en même date que les factures d'insertion publicitaire (cf article 5) et sont payables selon les mêmes conditions.
17. Toute réclamation, quelle qu'en soit la nature, doit sous peine de déchéance, être effectuée par écrit dans les quinze jours suivant la parution de l'insertion. En cas de désaccord sur une partie de la facture, l'annonceur ou son mandataire s'oblige à payer, sans aucun retard, la partie non contestée de la facture.
  18. Dans l'hypothèse où la responsabilité de la société d'éditions LIEN SOCIAL était reconnue, celle-ci serait en tout état de cause limitée au remboursement du prix correspondant à l'annonce considérée à l'exclusion de tout préjudice indirect, commercial, d'image ou immatériel subi par l'annonceur.
  19. Tout litige relatif à la parution publicitaire sera soumis au Tribunal de Commerce de Toulouse (31), seul compétent pour régler les litiges entre les parties.