



CONDITIONS DE SERVICE SPECIFIQUES CRITEO

Commerce Max Service

Les présentes Conditions de Service Spécifiques Criteo sont intégrées au Contrat en vertu duquel Criteo a accepté de fournir les Services Criteo au Partenaire. Les conditions spécifiques décrites ci-dessous ne seront applicables qu'aux Services sélectionnés par le Partenaire.

Les termes commençant par une majuscule, utilisés mais non définis dans les Conditions de Service Spécifiques Criteo, ont le sens qui leur est donné dans les Conditions Générales de Service Criteo

1. Description du Service

Commerce Max est une plateforme à la demande (DSP) tout-en-un, conçue pour s'adapter à de l'achat à large échelle et alimentée par les capacités programmatiques et média de pointe de Criteo. Commerce Max est une plateforme technologique transparente et omnicanale qui peut être utilisée pour configurer, optimiser et mesurer les campagnes publicitaires numériques afin d'atteindre les objectifs des annonceurs.

Ce service peut être utilisé pour atteindre des audiences pertinentes par le biais i) de publicités « on-site » sur les inventaires des retailers (par exemple, publicités sponsorisées, onsite display ou vidéo) et/ou ii) de publicités « off-site » sur l'inventaire programmatique de l'internet ouvert. Par souci de clarté, il est précisé qu'une publicité off-site ne peut être réalisée sur la base des données d'un retailer que si ce dernier l'a autorisé pour ce type d'inventaire et le territoire concerné. De plus, le Partenaire peut choisir d'importer et d'utiliser ses propres données à sa seule discrétion.

La stratégie marketing et la configuration Criteo associée peuvent être mises en œuvre au niveau de la campagne et des éléments de campagne (ou « line-items »).

Le service peut être proposé au Partenaire en « managed service », « self service », ou une combinaison des deux, en fonction de la disponibilité des différentes options et des besoins du Partenaire.

2. Tarification et paiement

Pour accéder à la Plateforme Criteo (tous Services compris), le Partenaire paiera les Frais de Service Criteo tels que définis ci-dessous et détaillés dans le Bon de Commande. Ces frais sont i) les Frais DSP et, le cas échéant, ii) les Frais managed-service, tous deux calculés en pourcentage du Working Media Spend :

- Le **Working Media Spend** correspond au coût média payable aux retailers ou éditeurs de l'internet ouvert pour la mise à disposition de leurs inventaires aux fins de diffusion de Publicités. Le budget indiqué sur le Bon de commande comprend les Frais de Service.
- Les Frais de la **Plateforme Demand Side** (ou « **Frais DSP** ») seront payables à Criteo par le Partenaire pour l'utilisation de la Plateforme Criteo afin de créer, gérer, optimiser et établir des rapports sur les campagnes.
- Les Frais de **Managed Service** seront payables en plus de la commission DSP à Criteo par le Partenaire pour les services de gestion de campagne. Cette commission ne s'applique qu'aux campagnes pour lesquelles le Partenaire utilise l'option managed service, elle ne s'applique pas lorsque le partenaire utilise le mode self-service.



Sans préjudice de ce qui précède, si le Partenaire souhaite diffuser des publicités off-site, le Partenaire paiera à Criteo une commission supplémentaire intitulée « Retailer Audience Data Fee » afin d'acquérir l'audience des retailers par l'intermédiaire de la Plateforme Criteo.

- **Retailer Audience Data Fee.** Le retailer décidera du coût de ses données d'audience. Ce coût sera payable à Criteo par le Partenaire. Ces frais seront appliqués pour chaque campagne sous la forme d'un taux CPM fixe ou d'un pourcentage fixe appliqué au coût des impressions achetées par le Partenaire, par un tarif CPM plafonné, qui sont toutes deux choisies par le détaillant et qui peuvent varier dans le temps
- Des Frais dits « **Third-Party Technology** » peuvent également s'appliquer si le Partenaire (directement ou via l'intermédiaire de Criteo) décide d'avoir recours à un fournisseur de solution tierce, lors de la mise en place des Publicités off-site. Ces Frais seront facturés au Partenaire par Criteo sur la base d'un CPM fixe, ou un pourcentage fixe appliqué au coût des impressions achetées par le partenaire, plafonné à un taux de CPM, sauf accord contraire.

Le Partenaire peut choisir parmi les différentes stratégies d'enchères mises à sa disposition par Criteo pour atteindre ses objectifs et qui peuvent évoluer dans le temps à la discrétion de Criteo (par exemple : favoriser les clics).

Si le Partenaire demande à Criteo des services professionnels supplémentaires (par exemple, des études d'impact ou de mise en place), ceux-ci seront facturés sur la base d'un tarif forfaitaire convenu au préalable entre les Parties.

Criteo ne garantit pas de respecter le budget configuré sur la Plateforme Criteo ou tout autre objectif (p. ex., l'objectif de coût des ventes cible). Le Partenaire peut optimiser les campagnes par le biais d'un contrôleur CPC ou CPM. La fonction « contrôleur » permet au Partenaire d'équilibrer les coûts et d'obtenir des résultats. Le Partenaire peut choisir des stratégies budgétaires (par exemple, mensuelles ou pour une durée indéterminée) et a la possibilité de répartir le budget de manière égale sur les périodes de diffusion.

3. Conditions supplémentaires

3.1. Résiliation pour convenance : Chaque Partie peut résilier le Contrat à tout moment, sans pénalités ni indemnités, par lettre recommandée ou email avec accusé de réception et sous réserve de respecter un préavis de cinq (5) jours ouvrés. La suspension ou la résiliation d'une campagne peut être effectuée par le Partenaire lui-même via son accès à la Plateforme Criteo ou, à la demande du Partenaire, par les équipes de Criteo. La période de préavis est facturée au Partenaire.

3.2. Affichage des Publicités : Le Partenaire reconnaît et accepte que les Publicités soient affichées sur le Réseau Criteo et que Criteo, ou le partenaire concerné (selon le cas), détermine (à sa seule discrétion) l'emplacement et la fréquence d'affichage des Publicités ainsi que la façon de gérer la priorité d'affichage des Publicités entre les différents partenaires. Si le Partenaire informe Criteo par écrit que des Publicités sont affichées sur des supports qui ne sont pas conformes à la charte publicitaire de Criteo, Criteo supprimera immédiatement les Publicités de ces supports.

3.3. Protection des données à caractère personnel : Dans le cadre de la fourniture du Service par Criteo et de l'application de l'Accord de protection des données (l'« APD »), Criteo et le Partenaire seront considérés comme Responsables conjoints du traitement (tel que défini dans l'APD) et les Parties se conformeront aux dispositions pertinentes de l'APD (Sections I et II).

3.4. Entités contractantes, loi applicable et compétence : L'entité Criteo qui fournit le service Criteo en vertu du Contrat dépendra du lieu d'enregistrement du Partenaire.

Dernière mise à jour : Juin 2025