



# LA RELATION FINANCIÈRE ET CONTRACTUELLE EN COMMUNICATION DIGITALE

COMMISSION FINANCIÈRE - DÉCEMBRE 2014

**AACC**



## PRÉAMBULE

« Ce guide a été élaboré par un groupe mixte regroupant des dirigeants, directeurs financiers, des directeurs juridiques et des responsables techniques d'agences spécialisées dans le digital et généralistes. C'est un document pédagogique à destination des collaborateurs d'agences. Il propose une vision à date des meilleures pratiques en la matière. En effet, ce marché est en innovation permanente. Il fait face à l'arrivée de nombreux nouveaux entrants, pas toujours agence de communication. De ce fait, il est nécessaire de poser les fondamentaux qui garantissent la qualité, la sécurité et la pérennité des prestations, dans l'intérêt commun de l'agence et de ses clients. Ce document isole et identifie les points de complexité aussi bien que les zones de risques pour lesquelles il est nécessaire d'avoir une formalisation contractuelle délimitée et adaptée. Il met en lumière les points de vigilance.

Dans sa structuration, le guide propose de balayer de manière relativement exhaustive l'ensemble des prestations pouvant être fournies. Il s'organise donc selon le schéma suivant : les fondamentaux du conseil et de la production digitale, avec un zoom sur le brand content, puis 3 chapitres plus spécialisés, qui complètent ces recommandations générales pour lesquels elles restent valables : l'e-réputation, l'e-commerce et la performance.

A la fois, boîte à outils et feuille de route pour la profession, chaque point est décomposé en prestation, livrable, principes de rémunération (issus de la pratique constatée), recommandation juridique et outils à disposition. Ainsi, en déployant une culture commune, nous espérons donner cohérence et puissance aux actions individuelles des agences. Ce document a vocation à être complété, enrichi et modifié au fur et à mesure des nouvelles avancées de nos métiers, aussi bien que des avancées réglementaires ou des travaux spécifiques ultérieurs. »





# PLAN GÉNÉRAL



FONDAMENTAUX DU CONSEIL &  
PRODUCTION DIGITALE - GRILLE 1



E-RÉPUTATION | SOCIAL MEDIA - GRILLE 2



E-COMMERCE - GRILLE 3



PERFORMANCE - GRILLE 4



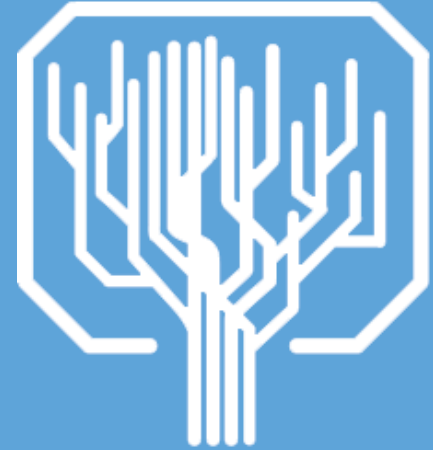
OUTILS



LEXIQUE



## FONDAMENTAUX DU CONSEIL & PRODUCTION DIGITALE - GRILLE 1



Ces principes s'appliquent à l'ensemble des 3 chapitres suivants. Les spécificités du **Brand content** et de l'**E-corporate** sont traités dans ce 1er chapitre pour des raisons pratiques et de concision.

**AVERTISSEMENT** : Ce document contient des recommandations générales qui ont vocation à s'appliquer à d'autres types de prestations digitales (grilles 2, 3 et 4). Par ailleurs, les autres recommandations générales de l'AACC, non spécifiques aux métiers du digital, s'appliquent également (responsabilités, garanties, assurances, délais de paiement...). Voir « outils AACC ».



---

|  |    |
|--|----|
| A. CONSEIL   | 10 |
| 1. CONSEIL STRATEGIE DIGITALE/ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE | 10 |
| 2. ACCOMPAGNEMENT ORGANISATIONNEL ET DU CHANGEMENT       | 12 |
| 3. FORMATION   | 13 |
| 4. DÉCLARATIONS DIVERSES POUR LE COMPTE DU CLIENT        | 14 |
| <hr/>  |    |
| B. CRÉATION DIGITALE                                     | 15 |
| <hr/>  |    |
| C. CONCEPTION TECHNIQUE / INNOVATION                     | 17 |
| 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE                               | 17 |
| 2. LIVRAISON / RECETTAGE / GARANTIE                      | 20 |
| <hr/>  |    |
| D. MAINTENANCE   | 21 |
| 1. CORRECTIVE  | 21 |
| 2. EVOLUTIVE/ADAPTATIVE                                  | 22 |
| <hr/>  |    |
| E. HEBERGEMENT   | 23 |
| <hr/>  |    |
| F. FIN DE COLLABORATION                                  | 24 |

---



## A. CONSEIL

### 1. CONSEIL STRATÉGIE DIGITALE/ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE

#### PRESTATIONS

- Audit de l'existant
- Elaboration de business model, stratégie multicanal
- Benchmark / Analyse du panel de prospects
- Analyse du contenu éditorial
- Analyse de social média
- Analytics\* d'audience et d'engagement

#### LIVRABLES

- Recommandations
- Benchmark / Etude panel
- Rapport / recommandations avec grille de programme ou contenu-type
- Recommandations régulières (hebdo, mensuelle, etc.)

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Tous les modes de rémunération sont valables : honoraires forfaitaires ou au temps passé.

Si la rémunération est forfaitaire, il ne peut y avoir de révision du prix. Elle est en principe liée à son scope (les livrables inclus dans le scope devront être bien définis).

Si la rémunération est au temps passé, celui-ci est prévisionnel et pourra faire l'objet à mi-année, par exemple, d'une révision en fonction du temps réel passé par l'Agence.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

L'obligation de l'agence sur la partie conseil stratégique est une obligation de moyen. L'Agence doit donc veiller à ne pas s'engager sur un résultat (nombre de clics, visibilité, CA...).

Dans l'hypothèse d'une rémunération au temps passé, la clause de révision ne doit s'appliquer que sur la période à venir. Il est conseillé de faire en sorte que la clause d'incentive ne permette à l'Annonceur d'appliquer un malus à l'Agence.



Contrat de collaboration AACC  
Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 1. CONSEIL STRATÉGIE DIGITALE/ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE (suite)

#### PRESTATIONS

- Quality and assesment\* : pur conseil (déconnecté de la TMA\*)
- Optimisation de la stratégie digitale : Paid et owned media\* en fonction des analytics

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Dans les contrats pluriannuels, prévoir une indexation annuelle de la rémunération en fonction d'un indice (Syntec...).

Le principe d'incentive peut constituer une rémunération complémentaire pour l'Agence. Il peut être fondé sur des critères quantitatifs et qualitatifs clairement définis.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Dans tous les cas, il est recommandé que la responsabilité de l'Agence, dans le cadre de sa collaboration avec l'Annonceur, soit limitée à sa rémunération.



Contrat de collaboration AACC  
Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

\* voir lexique



### 2. ACCOMPAGNEMENT ORGANISATIONNEL ET DU CHANGEMENT

#### PRESTATIONS

- Pilotage de projets
- Gouvernance globale

#### LIVRABLES

- CR / reporting / réunions
- Comité de gouvernance / steering committee : CR / debrief

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Tous les modes de rémunération sont valables

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Il est important de faire des comptes-rendus. Prévoir une réciprocité des délais (délais de retour client équivalent au délai d'émission du CR).

Prévoir que si les CR ne font pas l'objet de réserve motivée par le client, ils sont considérés comme acceptés.

Il est important de désigner, dès cette étape, les interlocuteurs qui portent les décisions tant dans l'Agence que chez l'Annonceur. Refuser toute clause intuitu personae ayant une incidence sur la collaboration.



Contrat de collaboration AACC  
Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 3. FORMATION

#### PRESTATIONS

Formation des collaborateurs de l'Annonceur en vue des process de mise en ligne

#### LIVRABLES

- Réunions / séminaires in situ

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Forfaitaire (par session ou nombre de personnes formées)

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Veiller au respect de la confidentialité, au non-transfert de savoir-faire, au non-transfert du lien de subordination et au non-déploiement de la formation et supports de l'Agence.



### 4. DÉCLARATIONS DIVERSES POUR LE COMPTE DU CLIENT

#### PRESTATIONS

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Déclarations CNIL, SACEM...

- Forfait ou temps passé, le cas échéant.

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

En tant qu'éditeur et/ou diffuseur, il revient à l'Annonceur d'effectuer les déclarations.

Il est alors recommandé à l'Agence de prévenir l'Annonceur qu'il doit faire les déclarations sous sa responsabilité.

Si l'Agence effectue les démarches au nom et pour le compte de l'Annonceur, à sa demande, elle doit alors fixer préalablement les conditions (rémunération, champ d'intervention, responsabilité...).

Les redevances liées aux déclarations sont à charge de l'Annonceur.



## B. CRÉATION DIGITALE

### PRESTATIONS

- Réalisation de créations et de contenus pour le compte de l'Annonceur.

### LIVRABLES

- Animation graphique et autre  
- Texte, vidéo, contenu éditorial, image et son, graphisme...

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait ou temps passé prévisionnel.

Si les recherches liées à la disponibilité des créations sont particulièrement importantes et approfondies, prévoir la rémunération de la prestation juridique ou le remboursement des frais extérieurs (avocat, conseil en propriété intellectuelle...).

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Prévoir une clause Propriété Intellectuelle en distinguant droits de l'Agence, droit des tiers et droits préexistants de l'Annonceur (il doit garantir l'Agence sur ses droits).

Attention à la territorialité spécifique à internet : préciser les territoires dans la cession, en fonction de la cible et des langues concernées par la création digitale.

La cession doit être limitée à la création digitale objet du scope. Toute extension devra être discutée et donner lieu à une rémunération ad hoc. La cession des droits n'empêche pas la cession des supports matériels (codes sources...).

La clause de cession ne doit porter que sur les travaux acceptés, exploités et rémunérés. Préciser, en outre, que la cession n'est valable que sous réserve du paiement de l'intégralité des sommes dues à l'Agence.



Contrat de collaboration AACC  
Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)  
La Propriété intellectuelle, avant, pendant et après la collaboration Agence-Annonceur (AACC)



### PRESTATIONS

### LIVRABLES

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

## RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Pour les outils techniques intégrés aux livrables, voir partie C-1 : «Conception technique / Innovation».

### Sur la création éditoriale :

- L'Agence fournit des contenus devant être validés par l'Annonceur avant leur mise en ligne. L'Annonceur garde la responsabilité éditoriale.
- L'Agence ne peut être tenue responsable d'éventuels préjudices d'image, de publication d'informations fausses ou erronées, de dénigrement, etc.
- L'Agence conserve sa responsabilité liée à son obligation de conseil et son éventuelle responsabilité d'information de l'Annonceur sur les limites des droits des tiers.



Contrat de collaboration AACC  
Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)  
La Propriété intellectuelle, avant, pendant et après la collaboration Agence-Annonceur (AACC)





## C. CONCEPTION TECHNIQUE /INNOVATION

### 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE

#### PRESTATIONS

Conception d'une mécanique fonctionnelle donnant lieu à une matérialisation de cette mécanique sous forme d'élaboration de 3 types de documents contractuels.

#### LIVRABLES

- **Cahier des charges (CDC)** : Il est fourni par le client. L'Agence peut être amenée à aider l'Annonceur à l'établir mais sous la responsabilité de celui-ci.
- **Spécifications fonctionnelles** : correspond à l'expérience utilisateur du site.
- **Spécifications techniques** : correspond à l'ingénierie nécessaire à la mise en place de l'expérience client décrite.

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Il convient d'être particulièrement attentif à l'environnement technique de l'Annonceur. Les spécifications techniques et fonctionnelles doivent être validées par l'Annonceur car le recettage se fait en fonction de ces spécifications.

Le CDC doit impliquer l'Annonceur, l'Agence devant plutôt tenir un rôle d'assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO).

S'agissant de la partie Back office, l'agence ne peut garantir l'inviolabilité du site.



## C. CONCEPTION TECHNIQUE /INNOVATION

### 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE (suite)

#### PRESTATIONS

Les différentes prestations peuvent être organisées en lot : back/front office\*.  
L'agence peut être aussi amenée à gérer les deux en association avec une SSII

En détail : type de prestations de cette catégorie :

#### Front office :

- architecture de l'information : répond souvent à une problématique client de refonte de site.
- ergonomie globale

#### LIVRABLES

- Ces différents éléments sont livrés à la DSI\* du client

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Les procédés de sécurité renforcée doivent être demandés par l'Annonceur.

Attention aux outils intégrés dans les livrables : CMS\*, modélisation 3D, SaaS\*, plug-ins\* pour lesquels il n'y a pas de cession de droits.

Distinguer les outils développés en interne et les outils développés par les tiers (licences standards imposées par le fournisseur et licences spécifiques développées pour le client).



## C. CONCEPTION TECHNIQUE /INNOVATION

### 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE (suite)

#### PRESTATIONS

- stratégie de contenu
- gabarits...
- intégration (quelle que soit la prestation)

#### **Back office (logiciels permettant de gérer les contenus, de faire fonctionner les systèmes, de se connecter à l'ERP\*) :**

- Framework des sites internet du client (logiciels spécifiques)

#### Pré-tests :

- tests de tous les développements (la durée varie selon les spécification)

#### LIVRABLES

- Des CMS\*
- Framework\* (logiciels spécifiques, développés soit en Agence, soit acquis auprès d'un tiers pour l'Annonceur)

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Lors d'une licence d'exploitation accordée par un tiers, puis concédée à l'Annonceur, veiller à ce que les conditions de la licence et celles spécifiées dans le bon de commande signé par l'Annonceur soient identiques.

Les outils développés par l'agence (lesquels peuvent être revendus à plusieurs clients) doivent faire l'objet d'une licence d'exploitation non exclusive et limitée à l'objet du contrat.



## C. CONCEPTION TECHNIQUE / INNOVATION

### 2. LIVRAISON / RECETTAGE / GARANTIE

#### PRESTATIONS

A compter de la signature du PV de recette par le client : commence la période de garantie qui est fonction de l'importance des livrables.

Le recettage s'effectue en fonction des spécifications fonctionnelles.

#### LIVRABLES

- PV de recette
- Cahier de recette

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Retenue de garantie : 10% maxi.

Le montant fixé ne doit pas être préjudiciable à l'Agence.

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

A la livraison, prévoir obligatoirement un PV de recette, avec ou sans réserve. C'est à compter de la signature du PV de recette que court la période de garantie.

Prévoir un délai maximal dans lequel le client doit se prononcer sans quoi le recettage est considéré comme accepté.

Si des pénalités de retard dans la livraison d'un ou plusieurs lots existent, il faut les limiter au montant associé au lot.

Refuser les dommages indirects (pertes ou détériorations de données, pertes de bénéfice, pertes de clientèle, etc.)



## D. MAINTENANCE

### 1. CORRECTIVE

#### PRESTATIONS

- Corriger les anomalies
- Elles sont catégorisées avec des astreintes et gratuites, durant la période de garantie
- la TMA\* commence après la période de garantie

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait mensualisé (calcul théorique de temps passé ou éventuellement % du livrable adapté au SLA\*)

Ou

Temps passé réel

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

En cas d'intervention d'un tiers, prévoir un contrat miroir (les conditions d'achat et de revente doivent être identiques) ou un mandat, ou laisser l'Annonceur contracter avec le prestataire et conserver en tant que de besoin un rôle de maîtrise d'œuvre.

Attention aux niveaux de service (SLA) des Annonceurs qui demandent des disponibilités 24/7.



## D. MAINTENANCE

### 2. EVOLUTIVE/ADAPTATIVE

#### PRESTATIONS

- Liée à la technologie et aux demandes du client
- Développements d'applications ultérieures qui vont se pluggger au site

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Sur devis
- Forfait

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

L'Agence ne peut assumer de responsabilité quant aux conséquences de tout ajout de l'Annonceur, sans intervention de l'Agence, notamment lorsqu'il s'agit de la sécurisation du site.



Contrat de collaboration AACC

## E. HÉBERGEMENT



### PRESTATIONS

Réservé aux Agences disposant des ressources informatiques adaptées à cette prestation (sécurité, disponibilité et robustesse). Dans tous les cas, identifier un partenaire.

### LIVRABLES

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait mensualisé en fonction du niveau de service + frais de mise en place.

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

L'hébergement n'est pas une activité d'Agence conseil.

Si l'Annonceur ne souhaite pas contractualiser en direct avec l'hébergeur, prévoir un contrat miroir ou un mandat.



## F. FIN DE COLLABORATION

### PRESTATIONS

En fin de collaboration, s'il y a réversibilité, celle-ci doit être rémunérée pour l'Agence sortante.

### LIVRABLES

- Assistance au repreneur
- Formation du successeur...

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé

## RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Les prestations de réversibilité doivent être réalisées dans le cadre du préavis et faire l'objet d'une rémunération additionnelle.

Il est recommandé d'être vigilant concernant les clauses sensibles liées à la fin de la collaboration, notamment :

- Préavis à préciser dans le contrat pluriannuel ou à durée indéterminée
- Préjudice en cas de rupture brutale du contrat



Contrat de collaboration AACC  
Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



## E-RÉPUTATION | SOCIAL MEDIA GRILLE 2



**AVERTISSEMENT** : Les recommandations figurant dans ce document sont spécifiques aux prestations identifiées mais ne sont donc pas exhaustives. Les recommandations générales de l'AACC s'appliquent également (responsabilités, garanties, assurances, délais de paiement...). Voir « outils AACC ».

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| <b>A. E-RÉPUTATION</b>             | <b>28</b> |
| 1. AUDIT REPUTATION / CONVERSATION | 28        |
| 2. VEILLE CONVERSATION             | 29        |
| <b>B. SOCIAL MEDIA</b>             | <b>30</b> |
| 1. CONSEIL / GUIDELINES            | 30        |
| 2. COMMUNITY MANAGEMENT            | 32        |
| 3. CRÉATION DE CONTENU             | 33        |
| 4. OPÉRATIONS INFLUENCEURS         | 34        |
| 5. OPÉRATIONS SPÉCIALES            | 35        |
| <b>C. FIN DE COLLABORATION</b>     | <b>36</b> |



### 1. AUDIT REPUTATION / CONVERSATION

#### PRESTATIONS

- Suivi des conversations

- Analyse et Reporting / Rapport de veille (cadrer en amont les objectifs de veille et le format du rapport)

#### LIVRABLES

- Ressource / chargé d'étude pour analyser les conversations (échantillon en fonction du contrat)

- Document de rapport en fin de période d'analyse + présentation orale

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé (prestation one shot)

- Temps passé (prestation one shot)

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Prévoir les conséquences d'un piratage de l'accès à l'outil, étant précisé que l'Agence ne peut être tenue pour responsable en cas de force majeure.

Les conditions de la reprise des contenus fournis par les internautes (verbatim) doivent être envisagées et limitées, notamment si de tels contenus sont protégés par un droit de propriété intellectuelle.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

## A. E-RÉPUTATION



### 2. VEILLE CONVERSATION

#### PRESTATIONS

- Suivi des conversations
  
  
  
  
  
- Analyse et Reporting / rapport de veille

#### LIVRABLES

- Mise à disposition de l'outil de suivi des conversations
  
  
  
  
  
- Documents de reporting régulier livré en fonction du contrat (analyse quantitative et/ou qualitative)

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Les outils de veille fonctionnent sous forme de licence, laquelle doit être rémunérée (3 mois minimum)
  
  
  
  
  
- Temps passé (prestations sur plusieurs mois)

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Prévoir les conséquences d'un piratage de l'accès à l'outil, étant précisé que l'Agence ne peut être tenue pour responsable en cas de force majeure.

Les conditions de la reprise des contenus fournis par les internautes (verbatim) doivent être envisagées et limitées, notamment si de tels contenus sont protégés par un droit de propriété intellectuelle.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

## B. SOCIAL MEDIA



### 1. CONSEIL/GUIDELINES

#### PRESTATIONS

- Guidelines / Ligne édito

#### LIVRABLES

- Documents de référence pour la prestation social media : **Charte éditoriale / modération**. Les sujets sensibles devant être traités avec précaution doivent être abordés avec l'Annonceur. Il est recommandé de définir une procédure d'escalade pour le traitement rapide des sujets de crises.

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

La charte éditoriale / modération doit prévoir les conditions de la responsabilité juridique Agence / Annonceur, étant entendu que les risques varient selon les modalités d'intégration des contenus (contenus spontanés ou contrôlés et encadrés).

Les risques sont également plus élevés lorsqu'il s'agit d'une marque grande consommation.

Prévoir également une clause envisageant les conséquences d'un changement des conditions liées au tiers (une plateforme qui modifie ses conditions générales d'utilisation...).



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

## B. SOCIAL MEDIA



### 1. CONSEIL/GUIDELINES (suite)

| PRESTATIONS   | LIVRABLES  | PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Accompagnement / conseil</li><br/><li>- Formation</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Mise à disposition d'une ressource (Consultant social média) ; Document de formation (Support) + Ressources pour l'animation de la formation (réunion in situ)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Temps passé (prestations sur plusieurs mois) ou forfait</li></ul> |

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Il est donc recommandé, étant donné les enjeux liés à la responsabilité de l'Agence, de faire intervenir un juriste en amont pour aider la réflexion avec l'Annonceur et identifier, avec lui, les sujets et prestations à risques.

Il est préconisé de limiter la responsabilité de l'Agence au montant de sa rémunération ou encore de discuter avec l'Annonceur du montant des assurances, pour que celui-ci soit proportionné à la responsabilité de l'Agence. Les frais d'assurance peuvent être à la charge de l'Annonceur.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 2. COMMUNITY MANAGEMENT

| PRESTATIONS | LIVRABLES  | PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION  |
|-------------|--|--|
| - Animation | - Ressources, community manager pour gérer et suivre les espaces sociaux de la marque                                  | - Temps passé (prestations sur plusieurs mois) ou forfaitaire avec un scope de nombre de commentaires + performance. |
| - Reporting | - Un document de reporting (analyse quantitative et/ou qualitative) + Délais de livraison en fonction de la prestation | - Licence outils + Temps passé (prestations sur plusieurs mois)  |

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Prévoir des délais d'intervention (budget fonction des délais).

Identifier les risques juridiques spécifiques à ce type de prestations instantanées. Par exemple, les risques liés aux actes de parasitisme ou de concurrence déloyale imputables au community manager, ou encore une atteinte aux droits de propriété intellectuelle de l'Annonceur ou d'un tiers.

Il est préconisé de recourir au mandat autant que faire se peut, l'Agence agissant au nom et pour le compte de l'Annonceur.





### 3. CRÉATION DE CONTENU

#### PRESTATIONS

- Edito
- Créations
- Autres

#### LIVRABLES

- Planning de publication (texte et contenu édito)
- Image selon les spécificités de la plateforme
- Vidéos, son...

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

La rémunération pour ces prestations est fonction du volume de production.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Prévoir les conditions de la publication des contenus et la responsabilité Agence / Annonceur qui en découle.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 4. OPÉRATIONS INFLUENCEURS

#### PRESTATIONS

- e-RP\*
- sponsorisées (achat d'espace)

#### LIVRABLES

- Echantillon d'influenceurs, volume d'influenceurs, profile et typologie, ressources pour la gestion de l'opération et reporting
- Production d'un kit de communication pour les e-influenceurs : communiqué, visuels de campagnes, contenus exclusifs, etc...
- Liste d'influenceurs, audience, performance attendue, contenu rédigé par les influenceurs et reporting.

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé + forfait production et rémunérations influenceurs (prestation one shot)
- Temps passé + achat d'espace + honoraires (prestation one shot)

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Etre attentif aux risques de requalification en contrat de travail pour les freelances et faire signer une clause de confidentialité / non-concurrence aux community managers.

Identifier les conséquences d'un manquement aux performances attendues en limitant la responsabilité de l'Agence et en veillant à ce qu'il s'agisse d'une obligation de moyen.



### 5. OPÉRATIONS SPÉCIALES

#### PRESTATIONS

- Jeux concours sur Facebook, Twitter ou autres plateforme social (hors développement)

#### LIVRABLES

- Principe du jeu concours, règlement + dépôt auprès d'un huissier

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait



S'agissant de la fin de la collaboration (clause de réversibilité et autres clauses sensibles), voir « outils AACC » :

- Relation commerciale et contractuelle – Communication digitale –  
« Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)
  - Contrat de collaboration AACC



## E-COMMERCE - GRILLE 3

**AVERTISSEMENT** : Les recommandations figurant dans ce document sont spécifiques aux prestations identifiées mais ne sont donc pas exhaustives. Les recommandations générales de l'AACC s'appliquent également (responsabilités, garanties, assurances, délais de paiement...). Voir « outils AACC ».

## SOMMAIRE

|  |    |
|--|----|
| A. CONSEIL   | 40 |
| 1. CONSEIL STRATEGIE DIGITALE  | 40 |
| 2. ACCOMPAGNEMENT ORGANISATIONNEL ET DU CHANGEMENT                             | 41 |
| 3. ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE  | 42 |
| 4. FORMATION & DÉCLARATIONS DIVERSES POUR LE COMPTE DU CLIENT (CNIL, SACEM...) | 43 |
| B. CRÉATION DIGITALE   | 44 |
| C. CONCEPTION TECHNIQUE / INNOVATION   | 45 |
| 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE   | 45 |
| 2. LIVRAISON / RECETTAGE / GARANTIE  | 48 |
| D. MAINTENANCE   | 49 |
| 1. CORRECTIVE  | 49 |
| 2. EVOLUTIVE/ADAPTATIVE  | 51 |
| E. HEBERGEMENT   | 52 |
| F. FIN DE COLLABORATION  | 53 |

## A. CONSEIL



### 1. CONSEIL STRATEGIE DIGITALE

#### PRESTATIONS

Plusieurs types de conseil en stratégie e-commerce :

- Audit de l'existant
- Elaboration de business model et stratégie multicanal, pour lesquels l'Annonceur devra fournir des éléments (stratégie commerciale, plateforme de marque, plateforme marketing)
- Stratégie technique (architecture globale, liens avec les autres plateformes, sélection et description des solutions utilisées)
- Expérience utilisateur (dans les grands principes, l'UX\* détaillé ne sera réalisé que dans la phase de création digitale)

#### LIVRABLES

- Recommandations stratégiques et expérimentelles

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait
- Une rémunération à la performance peut être prévue mais elle doit être complémentaire. Celle-ci ne peut s'appliquer qu'à la condition que l'Annonceur suive les recommandations de l'Agence.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Une rémunération à la performance ne doit pas permettre à l'Annonceur d'appliquer un malus.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)





### 2. ACCOMPAGNEMENT ORGANISATIONNEL ET DU CHANGEMENT

| PRESTATIONS  | LIVRABLES   | PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION                                 |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Pilotage de projets</li><li>- Gouvernance globale</li><li>- Pilotage de l'intégrateur (liaison entre le front et le back office)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Compte-rendu de réunion</li><li>- Tableau de suivi des actions, tableau de suivi des livrables, tableau de suivi des risques...</li><li>- Comité de pilotage, comité de projet...</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Forfait</li></ul> |

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Les comptes-rendus de réunions ne doivent pas avoir pour effet de venir modifier le contrat de collaboration Agence-Annonceur initialement conclu.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 3. ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE

Ce chapitre est traité dans la grille 4 « Performance »



### 4. FORMATION & DÉCLARATIONS DIVERSES POUR LE COMPTE DU CLIENT (CNIL, SACEM...)

Ces chapitres sont traités dans la grille 1 « Fondamentaux du conseil et de la production digitale »

## B. CREATION DIGITALE



### PRESTATIONS

- Production éditoriale et iconographique
- UX\* détaillé des gabarits
- Création graphique des gabarits
- Motion design\*, photo shoot, etc. (optionnel)

### LIVRABLES

- Texte, vidéo, web design, contenu éditorial, image et son
- Charte graphique
- Charte éditoriale
- PSD et JPEG
- Fla, Swf, mov,\* etc.
- Animation graphique et autre

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait ou budget définis sur le nombre de livrables..

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

S'agissant de la cession des éléments de propriété intellectuelle associés à ces prestations et des conditions de responsabilité de l'Agence, se reporter à la grille 1 « Fondamentaux du conseil et de la production digitale ».

Il convient d'être particulièrement vigilant concernant la propriété des bases de données, lesquelles appartiennent à l'Agence à condition qu'un investissement financier, matériel ou humain substantiel ait été consacré à sa constitution, sa vérification ou sa présentation.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE

#### PRESTATIONS

- Conception d'une mécanique fonctionnelle donnant lieu à une matérialisation de cette mécanique sous forme d'élaboration de 3 types de documents contractuels (cahier des charges, spécifications fonctionnelles et techniques).

**Les différentes prestations peuvent être organisées en lot : back/front office\*. L'Agence peut être aussi amenée à gérer les deux en association avec une SSII.**

#### LIVRABLES

- S'agissant de l'expression générique des besoins du client (cahier des charges), se reporter à la grille 1 « Fondamentaux du conseil et de la production digitale ».

- **Workshops** : suite à la réunion de lancement, l'Agence établit une liste de workshops thématiques : compte-rendu, catalogue, flux, fiche produit, check out... A cette liste d'ateliers, l'Agence indique les intervenants devant être présents : hébergeur, DSI\*, référenceur... Au cours de ces ateliers, seront écrits l'ensemble des userstories\* front

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Forfait et options au budget initial pour certains livrables (manuel utilisateur, formation utilisateur CMS\*, POC\*, scénarios de tests, etc.).

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Il convient d'être particulièrement attentif à l'environnement technique de l'Annonceur. Les spécifications techniques et fonctionnelles doivent être validées par l'Annonceur car le recettage se fait en fonction de ces spécifications.

S'agissant de la sécurisation du site et de la transmission des outils intégrés aux livrables et/ou des logiciels sous forme de licences standards et/ou licences spécifiques, se reporter à la grille 1 « Fondamentaux du conseil et de la production digitale ».



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE (suite)

#### PRESTATIONS

En détail : type de prestations de cette catégorie :

##### Front office :

- architecture de l'information : répond souvent à une problématique client de refonte de site
- ergonomie
- stratégie de contenu
- gabarits...
- saisie des contenus
- intégration (quelle que soit la prestation)

#### LIVRABLES

(et back dans le cas d'un CMS\* géré par le client).

- **Spécifications fonctionnelles (UX\*) :** correspondent à l'expérience utilisateur du site. Elles sont écrites sur la base des userstories rédigées lors des workshops.
- **Spécifications techniques :** correspondent à l'ingénierie nécessaire à la mise en place de l'expérience client décrite. Cela comprend aussi les règles de gestion et workflow\* liées aux specs fonctionnelles validées.

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 1. MÉCANIQUE FONCTIONNELLE (suite)

#### PRESTATIONS

**Back office** (logiciels permettant de gérer les contenus, de faire fonctionner les systèmes, de se concentrer à l'ERP\*) :

- Framework des sites internet du client (logiciels spécifiques)
- Installation des environnements
- Développement de logiciel
- Tests unitaire et tests d'intégration

Pré-tests :

- tests de tous les développements (la durée varie selon les spécifications)

#### LIVRABLES

- Ces différents éléments sont livrés à la DSI\* du client.
- Des CMS\*

- Framework\* (logiciels spécifiques développés soit en Agence, soit acquis auprès d'un tiers, pour l'Annonceur)

- Manuel utilisateur : document « user friendly » expliquant l'utilisation du CMS, ses impacts sur le front, en vue d'une prise en main par le client

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 2. LIVRAISON / RECETTAGE / GARANTIE

#### PRESTATIONS

A compter de la signature du PV de recette par l'Annonceur : commence la période de garantie qui doit être précisée dans le contrat de prestation et qui est fonction de l'importance des livrables.

Le recettage s'effectue en fonction des spécifications fonctionnelles. Le recettage peut concerner également la performance, la sécurité, le code review, etc.

#### LIVRABLES

- PV de recette
- Cahier de recette
- Rapports de tests

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Retenue de garantie : 10% en moyenne

Le montant fixé ne doit pas être préjudiciable à l'Agence.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

A la livraison, prévoir obligatoirement un PV de recette, avec ou sans réserve. C'est à compter de la signature du PV de recette que court la période de garantie.

Prévoir un délai maximal dans lequel le client doit se prononcer sans quoi le recettage est considéré comme accepté.

S'agissant des pénalités de retard et des dommages indirects, se reporter à la grille 1 « Fondamentaux du conseil et de la production digitale ».



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



## D. MAINTENANCE



### 1. CORRECTIVE

#### PRESTATIONS

- Corriger les anomalies
- Elles sont catégorisées avec des astreintes et gratuites, durant la période de garantie
- La TMA\* commence après la période de garantie

#### LIVRABLES

« **Maintenance Corrective** » : désigne toute intervention ayant pour but de corriger une Anomalie bloquante selon les modalités prévues dans une annexe tarifaire jointe au contrat initial.

Grille des anomalies à valider avec le client :  
« Anomalie » : désigne toute non-conformité du site aux spécifications fonctionnelles et techniques. Il existe 2 niveaux de gravité des Anomalies : les Anomalies bloquantes et les Anomalies non bloquantes.

- **Anomalies bloquantes** : elles mettent en péril le bon fonctionnement du site (page d'erreur dans le tunnel d'achat) et doivent

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Forfait mensualisé (calcul théorique de temps passé ou éventuellement % du livrable adapté au SLA\*)

Ou

- Temps passé réel

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

En cas d'intervention d'un tiers, prévoir un contrat miroir (les conditions d'achat et de revente doivent être identiques) ou un mandat, ou laisser l'Annonceur contracter avec le prestataire et conserver en tant que faire se peut la maîtrise d'œuvre.

Attention aux niveaux de service (SLA) des Annonceurs qui demandent des disponibilités 24/7.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

## D. MAINTENANCE



### 1. CORRECTIVE (suite)

#### PRESTATIONS

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

être corrigées sous X jours (à définir avec l'Annonceur)

- **Anomalies non bloquantes** : elles ne mettent pas en péril le fonctionnement du site (ex : anomalies graphiques) et nécessitent d'être corrigées sous X jours (à définir avec l'Annonceur).

Dans le cadre des prestations de maintenance corrective, l'agence assure à l'équipe client un service d'assistance par téléphone et/ou e-mail de l'équipe client un service d'assistance par téléphone et/ou e-mail de l'équipe client, tous les jours ouvrés du lundi au vendredi (de 9h30 à 19h00), et au numéro et/ou adresse e-mail indiqués dans le contrat.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

## D. MAINTENANCE



### 2. EVOLUTIVE/ADAPTATIVE

#### PRESTATIONS

- Liée à la technologie et aux demandes du client
- Développements d'applications ultérieures qui vont se plugger au site

#### LIVRABLES

« Maintenance Evolutive » : désigne tout développement complémentaire réalisé à la demande du client. Prévoir un nombre maximum de développement pour ce type de maintenance. En cas de dépassement des jours de développement alloués, réaliser un avenant budgétaire.

« Maintenance Adaptative » : désigne toute intervention ayant pour but de mettre à jour le site selon la grille tarifaire indiqué dans le contrat.

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Sur devis.
- Forfait.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

L'Agence ne peut assumer de responsabilité quant aux conséquences de tout ajout de l'Annonceur, sans intervention de l'Agence, notamment lorsqu'il s'agit de la sécurisation du site.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)

## E. HÉBERGEMENT



### PRESTATIONS

Réservé aux Agences disposant des ressources informatiques adaptées à cette prestation (sécurité, disponibilité et robustesse). Dans tous les cas, identifier un partenaire.

### LIVRABLES

Dans le cadre d'une astreinte, l'Agence peut joindre au contrat initial, une grille tarifaire avec des taux horaires majorés.

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Grille tarifaire majorée en fonction des jours et des heures d'astreinte.

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

L'hébergement n'est pas une activité d'Agence conseil.

Si l'Annonceur ne souhaite pas contractualiser en direct avec l'hébergeur, prévoir un contrat miroir ou un mandat.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



S'agissant de la fin de la collaboration (clause de réversibilité et autres clauses sensibles), voir documents AACC :

- Relation commerciale et contractuelle – Communication digitale –  
« Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)
- Contrat de collaboration AACC

## PERFORMANCE - GRILLE 4



**AVERTISSEMENT** : Les recommandations figurant dans ce document sont spécifiques aux prestations identifiées mais ne sont donc pas exhaustives. Les recommandations générales de l'AACC s'appliquent également (responsabilités, garanties, assurances, délais de paiement...). Voir « outils AACC ».

---

## A. CONSEIL 57

---

- 1. CONSEIL STRATEGIE DIGITALE 57
- 2. DEFINITION DES OBJECTIFS ET ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL 58
- 3. ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE 59
- 4. FORMATION 60

---

## B. GESTION / SUIVI DE PROJET 61

---



---

## C. OPTIMISATION 62

---

- 1. AUDIT DE L'EXISTANT 62
- 2. CONCEPTION TECHNIQUE INNOVATION 63
- 3. LIVRAISON / RECETTAGE / GARANTIE 64
- 4. POSITIONNEMENT 65

---

## D. PILOTAGE 66

---

- 1. TECHNIQUE 66
- 2. CONTENU 67
- 3. POPULARITÉ 68
- 4. REPORTING 69

---

## E. GÉNÉRATION DE TRAFIC 70

---



---

## F. FIN DE COLLABORATION 71

---





### 1. CONSEIL STRATEGIE DIGITALE

#### PRESTATIONS

SEO\* / Analytics\* :

- Définition des objectifs et des moyens
- Intégration du levier SEO dans la stratégie média globale

#### LIVRABLES

- Brief
- Recommandations

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait
- Une rémunération à la performance peut être prévue en cas d'augmentation du chiffre d'affaires de l'Annonceur ou du trafic

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Identifier les conséquences d'un manquement aux performances attendues en limitant la responsabilité de l'Agence et en veillant à ce qu'il s'agisse d'une obligation de moyen.

De façon générale, sont valables toutes les recommandations juridiques contenues dans la Relation commerciale et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)



### 2. DEFINITION DES OBJECTIFS ET ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

#### PRESTATIONS

- Mise en place des dashboards\* et des KPI\*
- Audit de l'existant et de l'environnement concurrentiel
- Benchmark : audit de visibilité

#### LIVRABLES

- Brief
- Recommandations
- Rapport d'audit
- Benchmark / Etude

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé + frais liés aux outils



### 3. ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE

#### PRESTATIONS

- Stratégie opérationnelle SEO\*
- Définition des objectifs sémantiques et techniques

#### LIVRABLES

- Recommandations sémantiques et techniques

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait



### 4. FORMATION

#### PRESTATIONS

- Réunions in situ

#### LIVRABLES

- Réunions in situ, supports de formation

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)

## B. GESTION / SUIVI DE PROJET



### PRESTATIONS

- Gestion du projet global de la stratégie au pilotage en passant par le reporting
- Possibilité de mise en régie des consultants

### LIVRABLES

- CR, reporting, debrief

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait
- Une rémunération à la performance peut être prévue

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Etre attentif aux risques de requalification en contrat de travail pour les consultants et faire signer une clause de confidentialité / non-concurrence aux consultants.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)



### 1. AUDIT DE L'EXISTANT

#### PRESTATIONS

- Audit technique
- Choix des expressions et audit sémantique
- Enrichissement sémantique
- Création de contenu
- Analyse de la popularité du site

#### LIVRABLES

- Rapport d'audit
- Recommandations
- Création de contenu

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait



### 2. CONCEPTION TECHNIQUE INNOVATION

#### PRESTATIONS

- Mise en place d'outils d'analyse et de suivi de la performance SEO\*
- Réalisation d'un plan de marquage / tagage

#### LIVRABLES

- Plan de tagage

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Frais liés aux outils

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Distinguer les outils développés en interne et les outils développés par les tiers (licences standards imposées par le fournisseur et licences spécifiques développées pour le client).

Lors d'une licence d'exploitation accordée par un tiers, puis concédée à l'Annonceur, **veiller à ce que les conditions de la licence et celles spécifiées dans le bon de commande signé par l'Annonceur soient identiques.**

Les outils développés par l'Agence (lesquels peuvent être revendus à plusieurs clients) doivent faire l'objet d'une licence d'exploitation non exclusive et limitée à l'objet du contrat.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)



### 3. LIVRAISON / RECETTAGE / GARANTIE

#### PRESTATIONS

A compter de la signature du PV de recette par l'Annonceur : commence la période de garantie qui est fonction de l'importance des livrables.

#### LIVRABLES

- PV de recette
- Cahier de recette

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

Le montant fixé ne doit pas être préjudiciable à l'Agence.

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

A la livraison, prévoir obligatoirement un PV de recette, avec ou sans réserve. C'est à compter de la signature du PV de recette que court la période de garantie.

Prévoir un délai maximal dans lequel le client doit se prononcer sans quoi le recettage est considéré comme accepté.

Refuser les dommages indirects (pertes ou détériorations de données, pertes de bénéfice, pertes de clientèle, etc.)



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)





### 4. POSITIONNEMENT

#### PRESTATIONS

- Analyse
- Audit SEO\*

#### LIVRABLES

- Note de positionnement

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait

## D. PILOTAGE



### 1. TECHNIQUE

#### PRESTATIONS

Optimisation et modifications des projets techniques.

#### LIVRABLES

- Compte-rendu
- Debrief

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Cette étape est liée à la capacité du client à modifier le site (code source, architecture) et de mettre en place les recommandations SEO\*.

Les conditions du contrat conclu avec un prestataire et/ou fournisseur de l'Agence doivent être, le cas échéant, identiques à celles du contrat conclu avec l'Annonceur.

**Il est recommandé de faire signer une décharge à l'Annonceur s'agissant des risques liés au croisement des données.**



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)



### 2. CONTENU

#### PRESTATIONS

- Optimisation du contenu existant
- Recommandations éditoriales

#### LIVRABLES

- Brief
- Recommandations
- Création de contenu

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

L'Agence fournit des contenus devant être validés par l'Annonceur avant leur mise en ligne. L'Annonceur garde la responsabilité éditoriale.

L'Agence ne peut être tenue responsable d'éventuels préjudices d'image, de publication d'informations fausses ou erronées, de dénigrement, etc.

L'Agence conserve sa responsabilité liée à son obligation de conseil quant à la disponibilité des créations et la réglementation publicitaire et sa responsabilité d'information de l'Annonceur sur les limites éventuelles des droits des tiers.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Social medias / E-réputation » (grille 3)



### 3. POPULARITÉ

#### PRESTATIONS

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Création de liens / signaux de popularité

- Temps passé ou forfait

#### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Prévoir une clause envisageant les conséquences d'un changement des conditions liées au tiers (une plateforme qui modifie ses conditions générales d'utilisation...).



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Social medias / E-réputation » (grille 3)



### 4. REPORTING

#### PRESTATIONS

#### LIVRABLES

#### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- CR, reporting, réunions, etc...

- Temps passé ou forfait

### RECOMMANDATIONS JURIDIQUES

Valider le reporting avec le client dès le lancement.



Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)



### PRESTATIONS

- SEA\*
- Display
- Affiliation / partenariats

### LIVRABLES

- Recommandation stratégique (structure de compte, stratégie d'enchères, de mots-clés, d'annonces).
- Plan média.
- Matrice de mots-clés.
- Reporting chiffré + planning budgétaire.
- Bilan et analyse de performance.

### PRINCIPES DE RÉMUNÉRATION

- Temps passé ou forfait
- Possibilité d'indexer la rémunération de l'Agence sur l'investissement média.
- Les frais de tracking et frais de mise en place sont en principe indépendants. Prévoir la rémunération de l'Agence ou le remboursement des frais extérieurs.



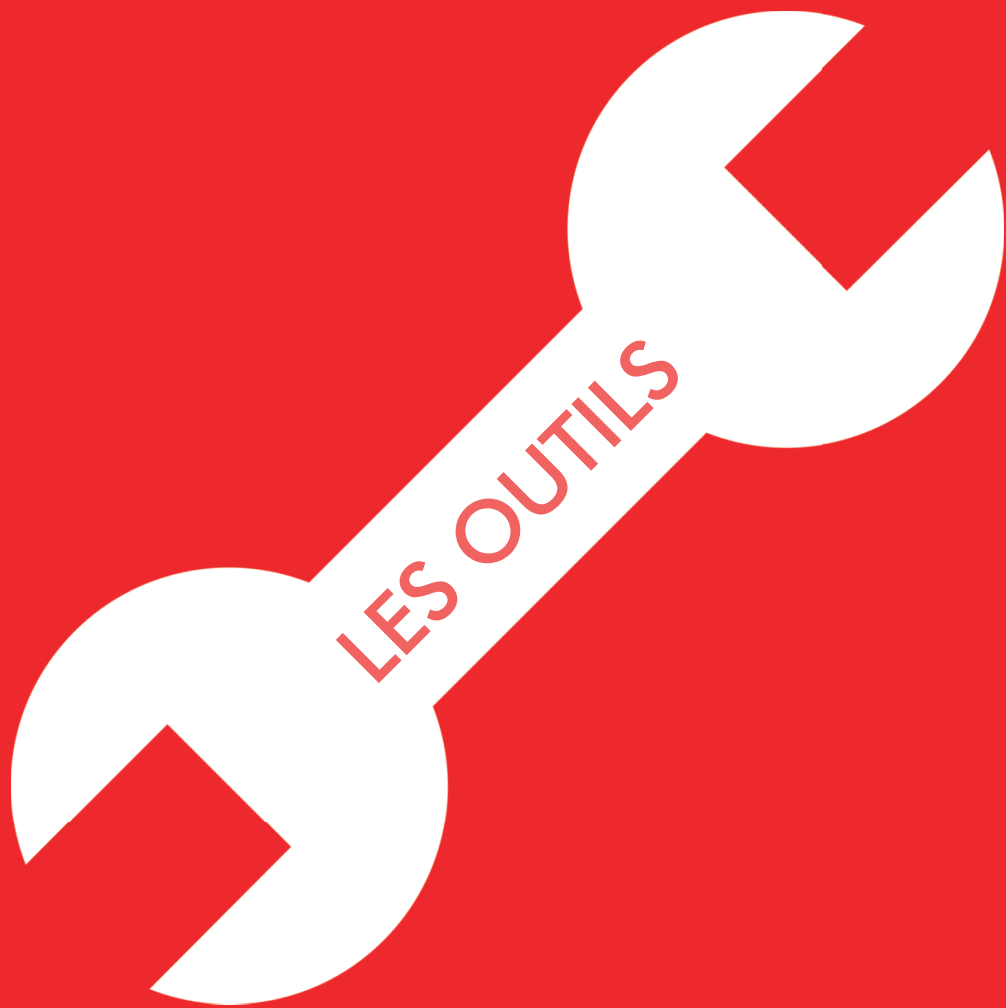
Voir également documents AACC :

- Relation financière et contractuelle – Communication digitale – « Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)



S'agissant de la fin de la collaboration (clause de réversibilité et autres clauses sensibles), voir documents AACC :

- Relation commerciale et contractuelle – Communication digitale –  
« Fondamentaux du conseil et de la production digitale » (grille 1)
- Guide AACC « La relation financière et contractuelle avec les annonceurs » (2012)
- Contrat de collaboration AACC



LES OUTILS



 LA RELATION FINANCIÈRE  
ET CONTRACTUELLE  
AVEC LES ANNONCEURS.

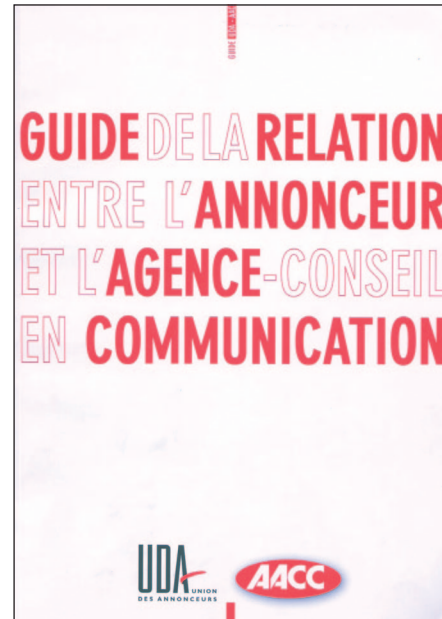
Commission Financière



LA PROPRIÉTÉ  
INTELLECTUELLE  
AVANT, PENDANT ET APRÈS  
LA COLLABORATION  
AGENCE-ANNONCEUR



Commission Juridique





LEXIQUE

## A

---

### **Analytics**

Fonctionnalité permettant d'analyser l'audience d'un site web et de mesurer le retour des activités de marketing en ligne.  
10, 57

## B

---

### **Back office**

Partie du site internet qui n'est visible que par l'administrateur du site et qui permet de gérer le contenu, les fonctionnalités...  
18, 45

## C

---

### **CMS**

Content Management System = système de gestion de contenu permettant la création d'un site.  
18, 45, 46, 47

## D

---

### **Dashboard**

De nombreux outils et applications liés au marketing digital utilisent des dashboards (tableau de bord). Par exemple, celui de Google Analytics synthétise les données de fréquentation relatives à un site web.  
58

### **DSI**

Directeur des systèmes d'information.  
18, 45, 47

## E

---

### **e-RP**

Réputation d'une personne ou d'une entreprise sur Internet.  
34

### **ERP**

Enterprise resource planning = progiciel de gestion intégré.  
34, 47

## F

---

### **Fla, Swf, mov...**

Flash, «Small web format», films...  
44

## **Framework**

Ensemble d'outils spécialisés pour le développement d'applications web.

## **Front-office**

Partie d'un site internet qui est visible par les internautes.  
18, 45

## K

---

### **KPI**

Key Performance Indicator (Indicateur clé de performance) = outils permettant de mesurer l'efficacité d'une opération.  
58

## M

---

### **Motion Design**

Design animé.  
44

## P

---

### **Paid and owned media**

Les médias détenus (site internet, etc.) et médias achetés (bannière publicitaire, etc.).  
11

## Plug-ins

Permettent à votre navigateur de traiter des types de contenu Web particuliers, comme les fichiers Flash ou Windows Media.

18

## POC

Proof of concept (preuve de concept) = publication d'une faille logicielle afin de démontrer son existence et de favoriser le processus de correction de celle-ci.

45

## Q

---

### Quality and assesment

Evaluation de la qualité.

11

## S

---

### SaaS

Software as a Service = modèle d'exploitation commerciale des logiciels dans lequel ceux-ci sont installés sur des serveurs distants plutôt que sur la machine de l'utilisateur.

18

## SEA

Search Engine Advertising = référencement payant d'un site.

70

## SEO

Search engine optimization = référencement naturel.

57, 59, 63, 65, 67

## SLA

Le service-level agreement = document qui définit la qualité de service requise entre un prestataire et un client.

21, 49

## T

---

### TMA

Tierce Maintenance Applicative = externalisation de la maintenance.

21, 49

## U

---

### User stories

Récit utilisateur.

45

## UX

User eXperience = expérience utilisateur.

40, 44, 46

## W

---

### Workflow

Outil de gestion permettant de modéliser et d'automatiser des flux d'information.

46





2014

Association des Agences-Conseils en Communication  
40, boulevard Malesherbes - 75008 Paris  
Tél : 01 47 42 13 42  
[www.aacc.fr](http://www.aacc.fr) - [info@aacc.fr](mailto:info@aacc.fr)