

Conditions d'utilisation IBM – Modalités relatives aux offres de Logiciel-service

IBM Marketing Cloud

Les Conditions d'utilisation se composent du présent document intitulé «Conditions d'utilisation IBM – Modalités relatives aux offres de Logiciel-service» (les «Modalités des offres de Logiciel-service») et d'un document intitulé «Conditions d'utilisation IBM – Modalités générales» (les «Modalités générales»), qui est disponible à l'adresse <http://www.ibm.com/software/sla/sladb.nsf/sla/tou-gen-terms/>.

Advenant une incompatibilité entre les Modalités générales et les présentes Modalités des offres de Logiciel-service, ces dernières prévaudront. Le Client accepte les présentes Conditions d'utilisation en commandant le Logiciel-service IBM, en y accédant ou en l'utilisant.

Ces Conditions d'utilisation sont régies par le Contrat Passport Advantage international IBM, le Contrat Passport Advantage Express international IBM ou le Contrat international régissant les offres désignées relatives aux Logiciels-services IBM (aussi appelés Logiciels sous forme de services), selon le cas (le «Contrat»), et celui-ci, de pair avec les Conditions d'utilisation, constitue l'entente intégrale.

1. Logiciel-service IBM

Les offres de Logiciel-service IBM suivantes sont régies par les présentes Modalités des offres de Logiciel-service :

- IBM Marketing Cloud Standard
- IBM Marketing Cloud – Additional Marketing Interactions
- IBM Marketing Cloud B2B Standard
- IBM Marketing Cloud B2B – Additional Records
- IBM Marketing Cloud – Additional User
- IBM Marketing Cloud – Additional Email Insight Opens
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Connector
- IBM Marketing Cloud Enterprise
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise
- IBM Marketing Cloud Social Audiences
- IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

2. Paramètres de calcul des frais

Le Logiciel-service IBM est vendu en fonction d'un des paramètres de calcul des frais suivants, comme spécifié dans le Document transactionnel :

- a. Un **Accès** est une unité de mesure servant de base pour obtenir le Logiciel-service IBM. Un Accès correspond à un droit d'utiliser le Logiciel-service IBM. Le Client doit obtenir une seule autorisation d'Accès pour utiliser le Logiciel-service IBM pendant la période de mesure indiquée dans son Autorisation d'utilisation ou son Document transactionnel.
- b. Un **Utilisateur autorisé** est une unité de mesure servant de base pour obtenir le Logiciel-service IBM. Le Client doit obtenir des autorisations distinctes et exclusives pour chaque Utilisateur autorisé qui obtient un accès au Logiciel-service IBM, que ce soit directement ou indirectement (par exemple, par l'intermédiaire d'un programme de multiplexage, d'un dispositif ou d'un serveur d'applications), par quelque moyen que ce soit. Il faut obtenir un nombre suffisant d'autorisations pour couvrir le nombre d'Utilisateurs autorisés qui accèdent au Logiciel-service IBM pendant la période de mesure indiquée dans l'Autorisation d'utilisation ou le Document transactionnel du Client.

- c. Une **Connexion** est une unité de mesure servant de base pour obtenir le Logiciel-service IBM. Une Connexion correspond à un lien ou à une association entre le Logiciel-service IBM et une base de données, une application, un serveur ou un autre type de dispositif. Il faut obtenir un nombre suffisant d'autorisations pour couvrir le nombre total de Connexions qui sont établies au Logiciel-service IBM pendant la période de mesure indiquée dans l'Autorisation d'utilisation ou le Document transactionnel du Client.
- d. Un **Enregistrement de base de données** est une unité de mesure servant de base pour obtenir le Logiciel-service IBM. Un Enregistrement de base de données correspond à une ensemble de champs dans une base de données qui sont liés à une seule entité et qui sont accessibles en une seule unité. Chaque Millier d'enregistrements de base de données correspond à mille Enregistrements de base de données. Il faut obtenir un nombre suffisant d'autorisations d'un Millier d'enregistrements de base de données pour couvrir le nombre total d'Enregistrements de base de données pouvant être traités par le Logiciel-service IBM pendant la période de mesure indiquée dans l'Autorisation d'utilisation ou le Document transactionnel du Client.
- e. Un **Mandat** est une mesure servant de base pour obtenir les services. Un Mandat correspond à des services professionnels ou de formation liés au Logiciel-service IBM. Il faut obtenir un nombre suffisant d'autorisations pour couvrir chaque Mandat.
- f. Un **Événement** est une unité de mesure servant de base pour obtenir le Logiciel-service IBM. Les autorisations pour les Événements sont basées sur le nombre d'occurrences d'un événement spécifique lié à l'utilisation du Logiciel-service IBM. Ces autorisations sont spécifiques au Logiciel-service IBM, et il n'est pas permis d'échanger, de permuter ou de jumeler le type d'Événement visé avec d'autres autorisations pour des Événements liés à un autre Logiciel-service IBM ou avec un autre type d'Événement. Il faut obtenir un nombre suffisant d'autorisations pour couvrir chaque événement qui survient pendant la période de mesure indiquée dans une autorisation d'utilisation ou un document transactionnel.

Au moment d'acquérir des autorisations pour les Événements, il faut considérer les éléments suivants comme des Événements :

(1) Interaction de marketing

Une Interaction de marketing est une communication entrante ou sortante avec un point de contact. Il peut s'agir par exemple d'un message par courriel, d'une diffusion poussée dans un appareil mobile, un message d'application d'un appareil, de contenu affiché dans un navigateur, une impression sociale ou d'une cible publicitaire. Ces éléments peuvent être reliés à des visiteurs ou des clients anonymes ou connus.

(2) Ouverture de courriel

Une «ouverture de courriel» est enregistrée chaque fois qu'un destinataire reçoit et ouvre un courriel du Client qui lui est destiné.

(3) Contact

Un Contact correspond à l'Événement qui est associé à l'envoi d'un ID de contact sur une plateforme sociale correspondante en utilisant l'application Social Audiences.

- g. Une **Instance** est une unité de mesure servant de base pour obtenir le Logiciel-service IBM. Une Instance correspond à un accès à une configuration spécifique du Logiciel-service IBM. Il faut obtenir un nombre suffisant d'autorisations pour couvrir chaque Instance du Logiciel-service IBM mise en disponibilité aux fins d'accès et d'utilisation pendant la période de mesure indiquée dans l'Autorisation d'utilisation ou le Document transactionnel du Client.

3. Frais et facturation

Le montant exigible pour le Logiciel-service IBM est indiqué dans un Document transactionnel.

3.1 Frais de mise en place

Des frais initiaux de mise en place acquittables en un seul paiement s'appliquent. Le tarif et la période de facturation sont spécifiés dans le Document transactionnel. Selon l'offre de base du Logiciel-service IBM choisie, le service de mise en place obligatoire correspondant permettra au Client d'utiliser l'offre de Logiciel-service IBM choisie. Les services de mise en place offerts sont les suivants :

- IBM Marketing Cloud Standard – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Onboarding Services

- IBM Marketing Cloud Enterprise – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud – Onboarding Services Upgrade

Le service de mise en place suivant fera l'objet des frais et des modalités de facturation spécifiés dans le Document transactionnel une fois que les autorisations d'utilisation pour un Utilisateur autorisé auront été commandées pour l'offre IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Additional Users :

- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services

3.2 Frais mensuels partiels

IBM peut imposer des frais mensuels partiels, calculés au prorata, comme spécifié dans le Document transactionnel.

3.3 Frais d'utilisation excédentaire

Si l'utilisation réelle que fait le Client du Logiciel-service IBM au cours de la période de mesure excède l'utilisation autorisée spécifiée dans l'Autorisation d'utilisation, le Client devra payer des frais d'utilisation excédentaire, au tarif indiqué dans le Document transactionnel.

IBM facturera les frais d'utilisation excédentaire au Client, chaque mois, à terme échu, au tarif qui est spécifié dans l'Autorisation d'utilisation, une fois que le total cumulé aura été atteint. Ces frais d'utilisation excédentaire sont exigibles en sus des frais mensuels de base.

Si la Période d'abonnement s'étend sur plus de douze (12) mois, le nombre total cumulé d'autorisations sera basé sur douze (12) périodes de mesure mensuelles. Le total cumulé sera remis à zéro après la période de mesure du douzième mois. Les frais d'utilisation excédentaire pour les douze (12) prochaines périodes de mesure ne seront pas exigibles tant que l'utilisation réelle des interactions n'excédera pas le nombre total cumulé d'interactions autorisées pour ces périodes de mesure de douze (12) mois.

Pour les Clients qui tirent parti des périodes d'accroissement du volume de courriels, chaque période est traitée de la même manière que la Période d'abonnement, et les mêmes principes s'appliquent.

Si une Période d'abonnement s'étend sur moins de douze (12) mois ou s'il reste moins de douze (12) périodes mensuelles dans une Période d'abonnement, le nombre d'autorisations mensuelles qui reste dans l'abonnement sera utilisé pour établir le total cumulé des interactions autorisées.

a. Exemple 1 :

La Période d'abonnement du Client est de douze (12) mois, et ce dernier a acquis une autorisation pour dix (10) Utilisateurs autorisés supplémentaires dans le cadre de l'offre IBM Marketing Cloud - Additional User. Si le Client permet à plus de dix (10) Utilisateurs autorisés supplémentaires d'utiliser le Logiciel-service avant la fin de la Période d'abonnement de douze (12) mois, IBM lui facturera les frais correspondant à la quantité excédentaire le mois suivant, et l'utilisation que fera le Client dans les mois qui suivent sera facturée à terme échu, jusqu'à la fin de la Période d'abonnement.

b. Exemple 2 :

La Période d'abonnement du Client est de trois (3) ans, et ce dernier a acquis une autorisation pour dix (10) Utilisateurs autorisés supplémentaires dans le cadre de l'offre IBM Marketing Cloud - Additional User. Si le Client permet à plus de dix (10) Utilisateurs autorisés supplémentaires d'utiliser le Logiciel-service avant la fin de la première période de douze (12) mois, IBM lui facturera les frais correspondant à la quantité excédentaire le mois suivant, et l'utilisation que fera le Client dans les mois qui suivent sera facturée jusqu'à la fin de la Période d'abonnement de douze (12) mois. À la fin de chaque période de douze (12) mois, le compte de l'utilisation sera remis à zéro. Si le Client permet à plus de dix (10) Utilisateurs autorisés supplémentaires d'utiliser le Logiciel-service avant la fin de la prochaine période de douze (12) mois, IBM lui facturera les frais correspondant à la quantité excédentaire le mois suivant, et l'utilisation que fera le Client dans les mois qui suivent sera facturée à terme échu, jusqu'à la remise à zéro du compte de l'utilisation ou jusqu'à la fin de la Période d'abonnement résiduelle.

3.4 Frais payables à l'utilisation

Le Client peut payer à l'utilisation les offres IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud Social Audiences et IBM Marketing Cloud Enterprise qui se mesurent par mille (1 000) Événements, les offres IBM Marketing Cloud B2B Standard et IBM Marketing Cloud B2B Enterprise, qui se mesurent par tranches de dix mille (10 000) Enregistrements de base de données, de même que l'offre IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens, qui se mesure par tranches de cent mille (100 000) Événements. IBM facturera au Client le tarif spécifié dans le Document transactionnel pour le nombre d'Événements ou d'Enregistrements de base de données (selon le cas) qui sont utilisés chaque mois.

4. Options de renouvellement de la période d'abonnement pour le Logiciel-service IBM

La Période d'abonnement qui s'applique au Logiciel-service IBM commence à la date à laquelle IBM avise le Client qu'il a accès au Logiciel-service IBM, comme documenté dans le Document transactionnel. Ce dernier document spécifiera si l'abonnement au Logiciel-service IBM se renouvelle automatiquement, s'il se poursuit sur une base continue ou s'il se termine à la fin de la période d'abonnement.

Dans le cas d'un renouvellement automatique, l'abonnement au Logiciel-service IBM se renouvellera automatiquement pour la Période d'abonnement spécifiée dans l'Autorisation d'utilisation, à moins que le Client n'avise IBM par écrit de sa décision de ne pas renouveler l'abonnement, au moins quatre-vingt-dix (90) jours avant la fin de la Période d'abonnement.

S'il s'agit d'une utilisation continue, le Logiciel-service IBM continuera d'être disponible pour le Client, sur une base mensuelle, jusqu'à ce que ce dernier transmette à IBM un préavis écrit de quatre-vingt-dix (90) jours indiquant sa décision de mettre fin à l'abonnement. Le Logiciel-service IBM demeurera disponible jusqu'à la fin du mois civil suivant cette période de quatre-vingt-dix (90) jours.

5. Assistance technique

L'assistance technique est fournie pour le Logiciel-service IBM et le Logiciel de soutien, s'il y a lieu, pendant la Période d'abonnement. Une telle assistance technique est incluse avec le Logiciel-service IBM et n'est pas disponible en tant qu'offre distincte.

Gravité	Description	Objectifs de temps de réponse	Période de couverture
1	Incidence critique sur l'entreprise ou interruption d'un service crucial Une fonction critique pour l'entreprise est hors d'usage ou une interface cruciale ne fonctionne plus. Cette situation s'applique habituellement dans un environnement de production et indique une incapacité d'accéder aux services, ce qui a une incidence critique sur les activités de l'entreprise. Cette situation exige une solution immédiate.	Au plus une (1) heure	24 heures sur 24, 7 jours sur 7
2	Incidence importante sur l'entreprise L'utilisation d'une option ou d'une fonction du service est grandement limitée ou vous risquez de manquer une échéance commerciale.	Au plus deux (2) heures ouvrables	Heures ouvrables, du lundi au vendredi
3	Incidence mineure sur l'entreprise Le service ou la fonctionnalité du service est utilisable, et cela n'a aucune incidence critique sur les activités de l'entreprise.	Au plus quatre (4) heures ouvrables	Heures ouvrables, du lundi au vendredi
4	Incidence minimale sur l'entreprise Demande de renseignements ou demande non technique	Au plus un (1) jour ouvrable	Heures ouvrables, du lundi au vendredi

6. Modalités supplémentaires relatives aux offres de Logiciel-service IBM

6.1 Logiciel de soutien

Si le Logiciel de soutien s'accompagne d'un contrat de licence distinct (par exemple, les Conditions internationales d'utilisation des logiciels IBM non garantis [ILAN] ou d'autres contrats d'IBM ou de tiers) au moment de l'installation ou du téléchargement, c'est ce contrat distinct qui régira l'utilisation dudit Logiciel. Si aucun contrat de licence n'accompagne le Logiciel de soutien, les présentes Conditions d'utilisation s'appliquent.

6.2 Protection des Renseignements personnels dans l'Union européenne

Si le Client met en disponibilité des Renseignements personnels pour le Logiciel-service IBM ou directement à IBM, il est considéré comme seul responsable du traitement de ces renseignements, et désigne alors IBM comme sous-traitant du traitement (selon la définition de ces appellations dans la Directive 95/46/EC de l'Union européenne) pour traiter les Renseignements personnels. IBM traitera ces Renseignements personnels seulement dans la mesure requise pour mettre en disponibilité le Logiciel-service IBM conformément aux présentes Conditions d'utilisation. IBM coopérera de manière raisonnable avec le Client, afin de lui permettre de respecter toutes les exigences juridiques, y compris en fournissant au Client l'accès aux Renseignements personnels. Le Client convient qu'IBM peut traiter le Contenu mis à la disposition du Logiciel-service IBM, y compris les Renseignements personnels, au-delà d'une frontière nationale à IBM aux États-Unis. Si IBM modifie sa façon de traiter ou de sécuriser les Renseignements personnels et que cette modification a pour effet d'empêcher le Client de se conformer aux lois de protection des données applicables, le Client peut mettre fin à la Période d'abonnement au Logiciel-service IBM visé, en fournissant un avis écrit à IBM dans les trente (30) jours qui suivent sa réception de l'avis d'IBM concernant cette modification.

6.3 Emplacements bénéficiaires

Les taxes applicables, s'il y a lieu, sont basées sur le ou les emplacements que le Client identifie comme étant ceux qui bénéficient du Logiciel-service IBM. Ainsi, IBM appliquera les taxes en se basant sur l'adresse professionnelle que le Client désigne comme l'emplacement qui est le principal bénéficiaire au moment de commander le Logiciel-service IBM, à moins que le Client ne fournisse à IBM de l'information supplémentaire à ce sujet. Le Client a la responsabilité de maintenir cette information à jour et d'informer IBM de tout changement.

6.4 Certification Safe Harbor

IBM a adopté le cadre américano-européen «U.S. – EU Safe Harbor Framework», tel que défini par le département du Commerce américain, concernant la cueillette, l'utilisation et la conservation d'information recueillie sur le territoire de l'Union européenne. Pour obtenir plus d'information au sujet de ces cadres ou pour accéder à l'énoncé de certification d'IBM, visitez le site <http://www.export.gov/safeharbor/>.

6.5 Listes de diffusion

Le Client n'utilisera pas avec le Logiciel-service IBM des listes de diffusion qui incluent des personnes qui n'ont pas donné leur permission pour être incluses dans des telles listes en vue de recevoir des communications par courriel issues du Client, à moins que le Client n'ait établi une relation d'affaires ou personnelle avec de telles personnes. L'usage de listes ou de données créées dans le cadre de pratiques de marketing d'un organisme associé est expressément interdit dans tous les cas. Le Client doit inclure un mécanisme de refus valide dans chaque message.

6.6 Interdiction de revente

Le droit d'utilisation du Logiciel-service est accordé personnellement au Client. Il est interdit au Client de revendre le Logiciel-service IBM ou d'y donner accès à un tiers (autre que ses employés ou ses entrepreneurs qui travaillent en son nom), sans obtenir au préalable le consentement écrit d'IBM.

6.7 Notifications poussées dans les appareils mobiles

Les Événements sous forme d'Interactions de marketing liés aux notifications poussées dans les appareils mobiles comprennent les notifications poussées simples, les notifications poussées simples dans les applications, les notifications enrichies et les notifications dans les boîtes de réception. Les notifications poussées simples, les notifications poussées simples dans les applications et les notifications enrichies comptent pour une Interaction de marketing par appareil au moment de l'envoi. Les notifications dans les boîtes de réception sont comptées comme une Interaction de marketing pour chaque clé d'application («appkey») à laquelle elles sont envoyées.

Le calcul des Interactions de marketing lié aux notifications poussées dans les appareils mobiles doit inclure le nombre de notifications poussées envoyées dans des appareils qui ont été paramétrés pour supprimer ces avis, ainsi que le nombre de notifications poussées envoyées à des appareils mobiles après la désinstallation de l'application. IBM utilisera régulièrement les services de rétroaction d'Apple et de Google et mettra à jour les notifications poussées en fonction des désinstallations effectuées. Le Client a la responsabilité de déterminer le nombre d'Événements autorisés pour les Interactions de marketing, ce qui comprend les notifications poussées.

6.8 Envoi de message dupliqué

Cette option supplémentaire, à laquelle le Client peut s'abonner, est utilisable à l'échelle de l'organisation. Le Client qui s'abonne peut activer et désactiver cette option. Les adresses de courriel inscrites par le Client et auxquelles un message dupliqué doit parvenir seront entrées dans le champ de copie conforme invisible, de sorte qu'elles ne seront pas visibles par les destinataires du courriel du Client. Le Client peut modifier les destinataires des messages dupliqués. S'il n'est pas possible de transmettre le message dupliqué à l'adresse de courriel entrée dans le champ de copie conforme invisible, IBM ne sera pas en mesure de retransmettre le message dupliqué.

6.9 Conservation des données

Voici la période de conservation d'éléments de données spécifiques dans le Logiciel-service IBM : messages et contenu de courriels, bases de données et modèles inutilisés – quatre cent cinquante (450) jours; les données de suivi sur le Web pour les visiteurs connus – cent quatre-vingts (180) jours; les données de suivi pour les visiteurs anonymes – trente (30) jours; les données du Logiciel-service Universal Behaviors – cent quatre-vingts (180) jours (la «Période de conservation des données»). Ces éléments de données peuvent être retirés du réseau et des systèmes d'IBM après l'expiration de la Période de conservation des données. Par ailleurs, IBM peut détruire toutes les copies de ces éléments de données, de même que toutes les autres données du Client qui s'y rattachent, dans un délai de trente (30) jours après l'annulation ou l'expiration de la Période d'abonnement. Le Client doit conserver des copies de sauvegarde de tout le contenu fourni en lien avec l'utilisation du Logiciel-service IBM.

6.10 Avis relatif au code de tierces parties

Le Logiciel-service IBM comprend les logiciels suivants, qui ne doivent pas être utilisés à des fins malfaisantes : janrain4j_1.1.0, JSON, JSON-lib-2.3, JDK15, flexjson et packtag.

6.11 Versions en d'autres langues que l'anglais

Le Client comprend et convient que l'accès à une version du Logiciel-service IBM dans une langue autre que l'anglais et l'utilisation d'une telle version peut dépendre de la capacité fonctionnelle d'un tiers partenaire technologique (translations.com) pour traduire l'interface utilisateur. Lors de l'utilisation d'une version du Logiciel-service IBM dans une langue autre que l'anglais, il se peut que l'interface utilisateur du Logiciel-service IBM transmette sans chiffrement les données du Client et tout contenu accessible par cette interface utilisateur dans les systèmes du partenaire translations.com qui sont dédiés au Logiciel-service IBM, afin de traduire l'interface utilisateur, à la demande du Client.

Appendice A

IBM Marketing Cloud est une plateforme de marketing numérique et infonuagique qui permet aux spécialistes en commercialisation d'obtenir un rendement de leur capital investi grâce aux éléments clés suivants :

- Conception et automatisation d'expériences cohérentes et multicanaux par l'intermédiaire de courriels, d'appareils mobiles, du Web et des réseaux sociaux
- Fonctions analytiques pour motiver les décisions de marketing et stimuler les interactions avec la clientèle
- Amélioration du rendement du capital investi grâce à une plateforme de marketing numérique et infonuagique qui s'intègre aux autres sources de données et aux autres applications du Client

Le Logiciel-service IBM Marketing Cloud comprend les nouveaux forfaits et services sous forme de solutions qui suivent pour répondre aux besoins des spécialistes en commercialisation qui désirent simplifier le processus d'achat.

1. IBM Marketing Cloud Standard

L'offre IBM Marketing Cloud Standard aide les spécialistes en commercialisation à mieux comprendre le comportement de la clientèle et à créer des interactions personnalisées qui donnent des taux de conversion supérieurs. Cette offre est disponible sous la forme d'un abonnement et selon le mode de paiement à l'utilisation.

- Base de données de marketing : Cette base de données permet de recueillir des données complètes sur les clients dans une seule source et de tirer parti de ces données pour lancer des campagnes automatisées et produire des communications personnalisées.
- Segmentation : Il est possible d'utiliser des données sur le comportement, les profils et les préférences pour effectuer des recherches et circonscrire plus précisément le public cible. Ces recherches sur la segmentation peuvent ensuite être intégrées aux stratégies de marketing afin de livrer du contenu très attrayant et personnalisé au public cible.
- Création de contenu : Un éditeur Web dont l'interface est intuitive permet de créer et de modifier du contenu dans l'application et d'accéder par pointage et cliquage à des fonctions comme le suivi des liens, la personnalisation, le contenu dynamique et plus encore.
- Contenu dynamique : Grâce à une interface intuitive par pointage et cliquage, il est possible de créer, directement dans le corps du message, des messages qui sont pertinents et spécifiques pour chaque client.
- Test A/B : Il est possible d'envoyer des courriels d'essai pour tester la ligne d'objet, qu'il s'agisse d'un nom ou d'éléments du contenu, et de déterminer l'élément qui génère la meilleure réponse. Il suffit ensuite de transmettre les courriels les plus performants aux contacts.
- Courriel : Le Logiciel-service permet de créer et de transmettre des courriels qui sont pertinents et attrayants.
- Messages poussés dans les appareils mobiles : Il est possible de livrer des messages personnalisés en combinant les données d'une application mobile et l'information étoffée sur le profil des consommateurs.
- Partage sur les réseaux sociaux : il est possible de partager des messages de marketing par courriel sur les sites de réseautage social et de produire des rapports détaillés sur les résultats obtenus.
- Formulaire progressifs : L'offre permet de réduire le nombre de personnes qui abandonnent un formulaire et de créer un profil de contact, au fil du temps, en se servant de formulaires Web progressifs qui affichent des questions différentes chaque fois qu'un contact visite un site Web ou une page de renvoi.
- Suivi du comportement en ligne : Cette fonction permet de surveiller le mode d'interaction en ligne entre les contacts et le Client, que ce soit par l'utilisation de calculateurs, du clavier, l'utilisation des boutons liés à des réseaux sociaux et d'autres mécanismes. Ces mécanismes personnalisés de suivi du comportement sur le Web permettent d'inscrire un contact à un programme de marketing ou de le consigner dans un modèle de pointage comportemental.

- Page de renvoi : Le Logiciel-service permet de créer des pages et des formulaires Web personnalisés spécifiques pour une campagne par pointage et cliquage.
- Analyse comportementale : Le Logiciel-service permet de traiter les résultats de publipostage pour dégager des tendances et cibler des segments de la clientèle. Il est aussi possible de définir des segments de clientèle et de choisir des mesures pour créer de rapports contenant des tableaux croisés et d'autres tableaux, puis de traiter ces rapports en ajoutant ou en retirant des champs, en modifiant des mesures et en triant et en ordonnant des colonnes.
- Rapports de campagne : Il est possible de créer et de regrouper de l'information détaillée issue de rapports sur les courriels qui ont été transmis à des clients. Les mesures dans les rapports comprennent les ouvertures de courriels, les conversions, les médias enrichis, les transferts de messages et l'accès aux données sur la séquence de clics.
- Aperçu des courriels : Cette option permet de prévisualiser l'aspect et la convivialité des documents de publipostage dans de multiples logiciels de courriel clients, de suivre l'utilisation des logiciels de courriel clients dans les listes de publipostage, ce qui aide à optimiser les programmes de publipostage par courriel en se basant sur les appareils et les logiciels de courriel clients spécifiques dont se servent les clients. Cette fonction de prévisualisation comprend des composantes technologiques fournies par Litmus.
- Outil Journey Designer : Cet outil de conception visuel permet aux spécialistes en commercialisation de travailler ensemble en vue de définir un parcours pour la clientèle et de le partager dans leur équipe.
- Outil Universal Behavior Exchange : Technologie d'habilitation qui permet aux clients de diffuser des données dans le Logiciel-service IBM Marketing Cloud et de s'abonner à des données à partir d'applications de tiers intégrées.
- Application Social Audiences : Application de marketing pour les médias sociaux qui permet aux clients de transmettre de la publicité aux fins de marketing à un public cible spécifique ou à un public cible semblable par l'entremise des réseaux sociaux.
- IBM Marketing Cloud Orientation est un forfait de formation de base pour le Logiciel-service IBM Marketing Cloud. Ce forfait permet d'obtenir une description très détaillée des options et des fonctions du Logiciel-service IBM Marketing Cloud, ainsi qu'une introduction au Modèle d'interaction avec les clients. Ce forfait est inclus lors d'un abonnement initial au Logiciel-service IBM Marketing Cloud. La formation doit être terminée avant le début de la prestation du service d'accueil. La formation est fournie en libre-service et comprend des enregistrements vidéo et sur le Web.

Les frais d'abonnement à cette offre de Logiciel-service IBM couvrent ce qui suit :

- a. cinq (5) Utilisateurs autorisés;
- b. dix (10) programmes actifs;
- c. deux cent cinquante mille (250 000) Interactions de marketing par mois, pour un total de trois (3) millions d'Interactions de marketing sur une base annuelle;
- d. un nombre illimité d'Enregistrements de base de données;
- e. cinq (5) mille Événements de contact avec l'application Social Audiences chaque mois;
- f. deux cent mille (200 000) Ouvertures de courriel par mois; et
- g. un nombre illimité de prévisualisations de courriels. Une «prévisualisation de courriel» est enregistrée chaque fois que le Client soumet un modèle de courriel dans cette fonction aux fins de prévisualisation.

Le Client peut aussi acheter des volumes supplémentaires d'Utilisateurs, d'Interactions de marketing et d'Ouvertures de courriels.

2. IBM Marketing Cloud B2B Standard

L'offre IBM Marketing Cloud B2B Standard aide les spécialistes en commercialisation à consigner, à qualifier et à accroître les clients potentiels afin de mieux aligner leur marketing avec leurs ventes et d'augmenter leurs revenus. Cette offre est disponible sous la forme d'un abonnement et selon le mode de paiement à l'utilisation. Cette offre de Logiciel-service IBM présente les caractéristiques suivantes :

- Elle comprend toutes les options offertes par l'offre IBM Marketing Cloud Standard.
- Automatisation du marketing

- **Accroissement des clients potentiels** : Il est possible de créer des campagnes de marketing à l'aide d'un outil de création de campagne visuel, de transmettre des messages automatisés ou de lancer un programme de traitement des clients potentiels lorsque ces derniers accomplissent une action quelconque.
- **Modèle de pointage unique** : Cette fonction permet de noter les clients actuels et potentiels en se basant sur des critères d'achat, des données démographiques et des comportements, comme la visite de sites Web, la soumission de formulaires et l'interaction par messages ou sur des facteurs temporels, comme le délai d'achat et la fréquence. Selon les pointages obtenus, les fonctions de marketing automatisé dirigent les clients actuels et potentiels afin d'assurer un suivi approprié.
- **Intégration de la gestion des relations avec la clientèle** : L'offre s'intègre aux systèmes de gestion des relations avec la clientèle de tiers, dont Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM, NetSuite et Sugar CRM.

Les frais d'abonnement à cette offre de Logiciel-service IBM couvrent ce qui suit :

- a. cinq (5) Utilisateurs autorisés;
- b. dix (10) programmes actifs;
- c. un (1) modèle de pointage;
- d. un nombre illimité d'Interactions de marketing;
- e. cinquante mille (50 000) Enregistrements de base de données;
- f. cinq (5) mille Événements de contact avec l'application Social Audiences chaque mois;
- g. deux cent mille (200 000) Ouvertures de courriel par mois; et
- h. un nombre illimité de prévisualisations de courriels. Une «prévisualisation de courriel» est enregistrée chaque fois que le Client soumet un modèle de courriel dans cette fonction aux fins de prévisualisation.

Le Client peut aussi acheter des volumes supplémentaires d'Utilisateurs, d'Enregistrements de base de données et d'Ouvertures de courriels.

3. **IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension**

L'offre IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning est optimisée par Allocadia, un tiers partenaire d'IBM. Elle peut être achetée en tant que produit autonome ou en vue d'être utilisée avec les offres Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, Marketing Cloud Enterprise, Marketing Cloud B2B Enterprise, IBM Silverpop Engage ou IBM Campaign. Cette offre est disponible sous la forme d'un abonnement et selon le mode de paiement à l'utilisation. Voici ses caractéristiques :

- **Planification** : L'offre permet de créer et de partager des plans en vue d'orienter la stratégie de l'entreprise, de prédire le rendement des investissements et l'impact sur les revenus.
- **Budget** : Il est possible de créer et de gérer des budgets globaux dans quelque devise que ce soit, sans utiliser des feuilles de calcul encombrantes et déconnectées, que ce soit à l'échelle mondiale, régionale ou en fonction des produits.
- **Rendement** : Il est possible de visualiser, d'analyser et d'optimiser les dépenses, mais aussi de prendre de meilleures décisions lors de l'établissement de liens entre les plans, les budgets et les données d'un système de gestion des relations avec la clientèle, les données financières et de marketing.

Les frais d'abonnement à cette offre de Logiciel-service IBM couvrent ce qui suit :

- cinq (5) Utilisateurs autorisés;
- un (1) connecteur.

Si le Client nécessite davantage d'Utilisateurs autorisés que ce qu'offre le service de base, il peut acheter l'offre IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Additional Users. S'il doit utiliser davantage de Connecteurs avec le service de base, il peut acheter l'offre IBM Marketing Cloud - Budget and Expense Planning Additional Connector.

4. **IBM Marketing Cloud Enterprise**

Cette offre étend les capacités de l'offre IBM Marketing Cloud Standard. Elle comprend l'autorisation d'utiliser les fonctions de planification et de budgétisation qu'offre Allocadia. Elle inclut aussi des fonctions de gestion des relations avec la clientèle. Avec cette offre, les abonnés ont droit à davantage

d'Utilisateurs autorisés et à des volumes plus élevés pour l'automatisation de programmes, le pointage et les Ouvertures de courriels. Les abonnés ont également droit à un nombre accru d'Interactions de marketing. Cette offre est disponible sous la forme d'un abonnement et selon le mode de paiement à l'utilisation.

Les frais d'abonnement à cette offre de Logiciel-service IBM couvrent ce qui suit :

- a. dix (10) Utilisateurs autorisés;
- b. un nombre illimité de programmes actifs;
- c. un nombre illimité d'Enregistrements de base de données;
- d. sept cent cinquante mille (750 000) Interactions de marketing par mois, pour un total de neuf (9) millions d'Interactions de marketing sur une base annuelle;
- e. vingt-cinq mille (25 000) Événements de contact avec l'application Social Audiences chaque mois;
- f. un nombre illimité de modèles de pointage;
- g. quatre cent mille (400 000) Ouvertures de courriel par mois; et
- h. un nombre illimité de prévisualisations de courriels. Une «prévisualisation de courriel» est enregistrée chaque fois que le Client soumet un modèle de courriel dans cette fonction aux fins de prévisualisation.

Le Client peut aussi acheter des volumes supplémentaires d'Utilisateurs, d'Interactions de marketing et d'Ouvertures de courriels.

5. IBM Marketing Cloud B2B Enterprise

Cette offre étend les fonctions offertes dans l'offre IBM Marketing Cloud B2B Standard. Elle comprend l'autorisation d'utiliser les fonctions de planification et de budgétisation qu'offre Allocadia. Avec cette offre, les abonnés ont droit à davantage d'Utilisateurs autorisés et à des volumes plus élevés pour l'automatisation de programmes, le pointage et les Ouvertures de courriels. Les abonnés ont également droit à un nombre accru d'Enregistrements de base de données. Cette offre est disponible sous la forme d'un abonnement et selon le mode de paiement à l'utilisation.

Les frais d'abonnement à cette offre de Logiciel-service IBM couvrent ce qui suit :

- a. dix (10) Utilisateurs autorisés;
- b. un nombre illimité de programmes actifs;
- c. un nombre illimité d'Interactions de marketing;
- d. cent mille (100 000) Enregistrements de base de données;
- e. vingt-cinq mille (25 000) Événements de contact avec l'application Social Audiences chaque mois;
- f. un nombre illimité de modèles de pointage;
- g. quatre cent mille (400 000) Ouvertures de courriel par mois; et
- h. un nombre illimité de prévisualisations de courriels. Une «prévisualisation de courriel» est enregistrée chaque fois que le Client soumet un modèle de courriel dans cette fonction aux fins de prévisualisation.

Le Client peut aussi acheter des volumes supplémentaires d'Enregistrements de base de données et d'Ouvertures de courriels.

6. IBM Marketing Cloud Social Audiences

L'offre IBM Marketing Cloud Social Audiences donne aux spécialistes en commercialisation la possibilité de cibler leurs clients en utilisant des médias sociaux payés. Les Clients qui achètent les offres IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Enterprise ou IBM Marketing Cloud B2B Enterprise ont droit d'obtenir des volumes d'utilisation de l'application Social Audiences. Cette application peut aussi s'acheter comme produit autonome. Cette offre est disponible sous la forme d'un abonnement et selon le mode de paiement à l'utilisation.

Les frais d'abonnement à cette offre de Logiciel-service IBM couvrent ce qui suit :

- Pour les Clients qui ont acheté l'une des offres IBM Marketing Cloud Standard : cinq mille (5 000) Événements de contact par mois

- Pour les Clients qui ont acheté l'une des offres IBM Marketing Cloud Enterprise : vingt-cinq mille (25 000) Événements de contact par mois
- Les Clients qui achètent l'application Social Audiences séparément des offres d'abonnement au Logiciel-service IBM Marketing Cloud ont la possibilité d'acheter des Événements de contact par tranches de cinq mille (5 000), vingt-cinq (25 000), cent mille (100 000), deux cent cinquante mille (250 000), cinq cent mille (500 000), un million (1 000 000), deux millions (2 000 000) et cinq millions (5 000 000) d'Événements de contact.

7. IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

L'offre IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send offre les capacités décrites ci-après au Client qui est abonné aux offres IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Enterprise et IBM Marketing Cloud B2B Enterprise. L'offre Duplicate Message Send permet à un abonné à l'offre IBM Marketing Cloud de recevoir des copies exactes du message personnalisé envoyé à ses clients aux fins réglementaires, de conformité, d'audit ou à d'autres fins de suivi. L'offre Duplicate Message Send s'applique uniquement aux courriels pour le moment, et s'obtient sous la forme d'un abonnement. Les frais d'abonnement pour cette offre de Logiciel-service IBM donnent droit à :

- l'envoi d'un nombre illimité de messages dupliqués.

8. Offres de service de mise en place

- L'offre IBM Marketing Cloud Standard - Onboarding Services combine la prestation de services et une formation pour aider les utilisateurs à configurer et à utiliser les options de l'offre IBM Marketing Cloud Standard. Ce service, rendu à distance, est obligatoire lors d'un abonnement initial au Logiciel-service IBM Marketing Cloud. Un consultant est mandaté pour guider les Clients dans le processus d'accueil, qui comprend une série de réunions à distance et des séances d'apprentissage enregistrées sur le Web. Les services d'accueil englobent l'approvisionnement, la configuration et la mise en place, ainsi que de la formation et une séance de questions et de réponses.
- L'offre IBM Marketing Cloud B2B Standard - Onboarding Services combine la prestation de services et une formation pour aider les utilisateurs à configurer et à utiliser les options de l'offre IBM Marketing Cloud B2B Standard. Ce service, rendu à distance, est obligatoire lors d'un abonnement initial au Logiciel-service IBM Marketing Cloud B2B Standard. Un consultant est mandaté pour guider les organisations dans le processus d'accueil, qui comprend une série de réunions à distance et des séances d'apprentissage enregistrées sur le Web. Les services d'accueil englobent l'approvisionnement, la configuration et la mise en place, ainsi que de la formation et une séance de questions et de réponses.
- Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services est un service de formation conçu pour aider les utilisateurs à configurer et à utiliser les options de l'offre IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning. Ce service, rendu à distance, est obligatoire lors de l'achat de l'offre IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users. Un consultant est mandaté pour guider les organisations dans l'utilisation de rapports évolués et la personnalisation du tableau de bord. Le service comprend une série de réunions à distance et des séances d'apprentissage enregistrées sur le Web. Les services d'accueil englobent l'approvisionnement, la configuration et la mise en place, ainsi que de la formation et une séance de questions et de réponses.
- L'offre IBM Marketing Cloud Enterprise - Onboarding Services combine la prestation de services et une formation pour aider les utilisateurs à configurer et à utiliser les options de l'offre IBM Marketing Cloud Enterprise. Ce service, rendu à distance, est obligatoire lors d'un abonnement initial au Logiciel-service IBM Marketing Cloud Enterprise. Un consultant est mandaté pour guider les Clients dans le processus d'accueil, qui comprend une série de réunions à distance et des séances d'apprentissage enregistrées sur le Web. Les services d'accueil englobent l'approvisionnement, la configuration et la mise en place, ainsi que de la formation et une séance de questions et de réponses.

- L'offre IBM Marketing Cloud B2B Enterprise Onboarding Services combine la prestation de services et une formation pour aider les utilisateurs à configurer et à utiliser les options de l'offre IBM Marketing Cloud B2B Enterprise. Ce service, rendu à distance, est obligatoire lors d'un abonnement initial au Logiciel-service IBM Marketing Cloud B2B Enterprise. Un consultant est mandaté pour guider les Clients dans le processus d'accueil, qui comprend une série de réunions à distance et des séances d'apprentissage enregistrées sur le Web. Les services d'accueil englobent l'approvisionnement, la configuration et la mise en place, ainsi que de la formation et une séance de questions et de réponses.
- L'offre IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services est une option pour les Clients qui s'abonnent au Logiciel-service IBM Marketing Cloud et qui choisissent de tirer parti de la fonction de notification poussée dans les appareils mobiles. Elle permet de bénéficier d'un maximum de trente-cinq (35) heures de services à distance qui incluent des activités comme une mise en place, des services-conseils, une mise en œuvre initiale d'une notification poussée et des tests d'acceptation. Ce service d'accueil est aussi offert aux abonnés aux Logiciels-services IBM Marketing Cloud Standard et IBM Marketing Cloud B2B Standard.
- L'offre IBM Marketing Cloud Onboarding Service Upgrade est disponible uniquement aux abonnés actuels au Logiciel-service IBM Marketing Cloud qui ont déjà bénéficié des services d'accueil pour IBM Marketing Cloud ou IBM Silverpop. Cette offre permet d'obtenir jusqu'à dix (10) heures de services-conseils à distance pour le Logiciel-service IBM Marketing Cloud. Un consultant à l'accueil est mandaté pour guider le Client dans le processus d'accueil pour le Logiciel-service IBM Marketing Cloud, et pour aider les utilisateurs à configurer et à utiliser les offres de Logiciel-service IBM Marketing Cloud. Les services d'accueil englobent la configuration et la mise en place, ainsi que de la formation et une séance de questions et de réponses. Ce forfait n'est pas requis, mais il est suggéré dans les scénarios suivants : le Client est déjà abonné au Logiciel-service IBM Marketing Cloud et désire passer à un niveau plus évolué; le Client est abonné au Logiciel-service Silverpop Engage et décide d'adopter plutôt des offres de Logiciel-service IBM Marketing Cloud; un Client déjà abonné au Logiciel-service IBM Marketing Cloud se retrouve avec du nouveau personnel ou de nouvelles divisions et nécessite des services d'accueil pour son instance actuelle du Logiciel-service IBM Marketing Cloud.

Annexe B

IBM offre l'Entente de niveau de service qui suit concernant la disponibilité du Logiciel-service IBM. Le Client comprend que cette Entente de niveau de service ne constitue pas une garantie qui lui est offerte.

1. Définitions

- a. **Crédit pour la disponibilité** – Recours qu'IBM accorde pour une Réclamation validée. Ce recours s'appliquera sous la forme d'un crédit ou d'une remise sur une facture à venir des frais d'abonnement pour le Service.
- b. **Événement** – Circonstance ou un ensemble de circonstances pris collectivement, ayant pour conséquence le non-respect d'un Niveau de service.
- c. **Mois de la période contractuelle** – Chaque mois complet durant la période contractuelle, calculé à partir de 0 h (HNE) le premier jour du mois, jusqu'à 23 h 59 (HNE) le dernier jour du mois.
- d. **Niveau de service** – Norme définie ci-après selon laquelle IBM mesure le niveau de service qu'elle fournit dans la présente Entente de niveau de service.
- e. **Réclamation** – Réclamation que le Client soumet à IBM en raison du non-respect d'un Niveau de service au cours d'un Mois de la période contractuelle.
- f. **Service** – Logiciel-service IBM auquel s'applique la présente Entente de niveau de service.
- g. **Temps d'arrêt** – Temps d'arrêt des applications ou Temps d'arrêt du traitement des données. Ce Temps d'arrêt inclut la période pendant laquelle le Logiciel-service IBM est incapable de transmettre ou de recevoir des données par l'intermédiaire des éléments du Logiciel-service IBM qui traitent de telles données. Le Temps d'arrêt n'inclut pas le temps pendant lequel le Logiciel-service IBM n'est pas disponible en raison des circonstances suivantes :
 - (1) Arrêt prévu ou annoncé aux fins de maintenance
 - (2) Événements ou causes sur lesquels IBM n'a aucun pouvoir (p. ex., catastrophes naturelles, pannes d'Internet, maintenance d'urgence, actions ou inactions du fournisseur de services Internet ou du télécommunicateur, etc.)
 - (3) Problèmes avec les applications, l'équipement ou les données du Client ou d'un tiers
 - (4) Non-respect des configurations requises du système et des plateformes prises en charge pour accéder au Service
 - (5) Respect par IBM des conceptions, des spécifications ou des instructions fournies par le Client ou par un tiers au nom du Client
- h. **Temps d'arrêt des applications** – Période pendant laquelle les utilisateurs des portions de l'interface d'application hébergées par IBM sont incapables d'utiliser tous les aspects du Service pour lesquels ils disposent des droits d'utilisation appropriés. Aux fins de clarification, il n'y a pas de «Temps d'arrêt» lorsqu'un utilisateur peut utiliser un aspect quelconque du Service pour lequel il dispose des droits d'utilisation appropriés.
- i. **Temps d'arrêt du traitement des données** – Période pendant laquelle le Service est incapable de recueillir des données par l'intermédiaire des éléments du Service qui traitent de telles données.

2. Crédits pour la disponibilité

- a. Pour soumettre une Réclamation, le Client doit ouvrir un dossier d'assistance de Gravité 1 au centre d'assistance IBM (comme défini dans la section portant sur l'assistance technique) pour chaque Événement. Ce dossier doit être ouvert dans les vingt-quatre (24) heures après que le Client a pris connaissance pour la première fois que l'Événement a eu une incidence sur son utilisation du Service. Le Client doit fournir toute l'information détaillée nécessaire au sujet de l'Événement, et apporter l'aide raisonnable à IBM pour établir le diagnostic et résoudre l'Événement.
- b. Le Client doit soumettre sa Réclamation relative à un Crédit pour la disponibilité au plus tard dans les trois (3) jours ouvrables suivant la fin du Mois de la période contractuelle qui fait l'objet de la Réclamation.

- c. Les Crédits pour la disponibilité sont calculés en fonction du temps écoulé depuis le Temps d'arrêt, qui est mesuré à partir du moment où le Client signale que le Temps d'arrêt a eu une incidence sur ses activités pour la première fois. Si le Client signale un Temps d'arrêt des applications et un Temps d'arrêt du traitement des données qui ont lieu en même temps, IBM traitera les périodes de Temps d'arrêt qui se chevauchent comme une seule période plutôt que deux périodes distinctes. Pour chacune des Réclamations valides, IBM appliquera le Crédit pour la disponibilité le plus élevé qui s'applique en se basant sur le Niveau de service atteint au cours de chaque Mois de la période contractuelle, comme il est indiqué dans le tableau ci-dessous. IBM n'accordera pas de multiples Crédits pour la disponibilité concernant le même Événement au cours du même Mois de la période contractuelle.
- d. Le montant total de Crédits pour la disponibilité accordés au cours d'un Mois de la période contractuelle ne pourra en aucune circonstance excéder vingt pour cent (20 %) du (1/12^e) des frais annuels que le Client a payés à IBM pour le Service.

3. Niveaux de service

Disponibilité du Logiciel-service IBM au cours d'un Mois de la période contractuelle

Disponibilité au cours d'un Mois de la période contractuelle	Crédit pour la disponibilité (Pourcentage des frais d'abonnement mensuels pour un Mois de la période contractuelle visé par une Réclamation)
99 % à 99,949 %	2 %
98 % à 98,999 %	5 %
97 % à 97,999 %	10 %
Moins de 97,000 %	20 %

Le taux de «disponibilité» est calculé comme suit : (a) le nombre total de minutes dans un Mois de la période contractuelle, moins (b) le nombre total de minutes de Temps d'arrêt dans ce même mois, divisé par (c) le nombre total de minutes dans ce même mois. La fraction obtenue est ensuite exprimée sous la forme d'un pourcentage.

Exemple : Temps d'arrêt total de cinquante (50) minutes au cours d'un Mois de la période contractuelle

43 200 (nombre total de minutes dans un Mois de la période contractuelle comptant 30 jours) - 50 de Temps d'arrêt = 43 150 minutes <hr/> 43 200 (nombre total de minutes dans un Mois de la période contractuelle comptant 30 jours)	= Crédit pour la disponibilité de 2 % pour un Niveau de service qui a été atteint dans une proportion de 99,884 %
---	---

4. Autres renseignements au sujet de cette entente de niveau de service

Cette Entente de niveau de service est offerte seulement aux Clients d'IBM; elle ne s'applique pas aux réclamations faites par des utilisateurs du Service, ni dans le cas de services qu'IBM fournit en mode bêta ou d'essai. L'Entente de niveau de service s'applique seulement aux Services qui sont utilisés en environnement de production. Elle ne s'applique pas aux environnements autres que celui servant aux fins de production, notamment, les environnements d'essai, de reprise après sinistre, d'assurance de la qualité ou de développement.